Profeco

Revista del
CONSUMIDOR

Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 345 • Noviembre 2005 • www.profeco.gob.mx • $ 20.00 • ISSN 0185-8874

El Laboratorio Profeco reporta:

Centros de lavado
la ropa sucia se lava en casa

Teatro en casa:
el cine sin salir de su sala

Tecnología Doméstica: **lápiz para labios resecos**
Platillo Sabio Profeco: **manchamanteles**

¿Tiene deudas?
Que no le cobren a la mala

Cuánto cuesta morirse:
paquetes funerarios

La violencia
no es cosa de juego

Relájese y dígale adiós al estrés

Sumario

4
Buzón del lector

6
Miscelánea del consumo

10
Alerta al consumidor
Le advertimos sobre cuatro problemas

12
Cómo nos ven-den
Neuromercadotecnia

16
Qué hay detrás de
Las violentas muñecas "muertas vivientes"

22
Radiografía de los servicios
¿Cuánto cuesta morir?

44
Infografía
Centros de lavado

54
Antes de contratar
El señor Cobranza

60
Alimentación y nutrición
Carne de conejo

66
A su salud
¿Estresado yo? ¡Ja!

72
Pequeños consumidores
¡Escribe una carta!

74
Consumando
Consumando vs. el Lambiscón Verde

76
Consumidores en acción
Inccide, A. C.

78
Yo, consumidor

80
Avances

Revista del CONSUMIDOR
Noviembre 2005, Núm. 345

30
Sistemas de teatro en casa con DVD
El Laboratorio Profeco reporta

38
Centros de lavado
El Laboratorio Profeco reporta

46
Inventos mexicanos
Reporte especial

64 Para que arme su colección...

Manchamanteles
Platillo Sabio Profeco

Lápiz para labios resecos
Tecnología Doméstica Profeco

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Carlos Arce Macías

Coordinador General de Educación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Difusión
Mónica Braun Guillén

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Directora de Contenidos
Jacqueline Ruiz Gómez

Coordinadora Editorial
Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Reportero
Walter Jasso Anderson

Colaboradores
Adriana Hernández Uresti
José Trinidad Camacho (Trino)
Verónica Díaz Rodríguez
Rosa Godoy

Editor Gráfico
Javier Caballero Sandoval

Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Roberto Paz Amaya

Fotógrafo
José Rodríguez

Corrección
Luis Amador Valdez Vázquez

Consejo Editorial
Carlos Arce Macías
Luis Mariano Acévez Estrada
Miguel Ángel Arreola Roque
Gabriela Hernández Cardoso
José Antonio Hernández Miranda
Raúl García Moreno Elizondo
Jacoba Niembro Tapia
José Rodrigo Roque Díaz
Rafael Serna Sánchez

Los derechos de los deudores

El crédito al consumo permite que millones de mexicanos tengan acceso a bienes y servicios a los que quizá no podrían acceder de otra manera. Pero ¿qué sucede cuando sobreestimamos nuestra capacidad de pago o simplemente nuestra situación laboral o personal cambia de tal forma que hace imposible enfrentar responsabilidades contraídas? No es noticia que su acreedor tratará de cobrarle por todos los medios.

Muchos deudores se intimidan al recibir cartas de despachos jurídicos que amenazan con embargar sus bienes o iniciar un procedimiento penal si no pagan de inmediato; o peor aún, se aterran con la visita de un cobrador de horribles modales que lleva el ultimátum de forma personal. Que hay que pagar, no cabe duda, pero sus derechos no pueden ser violentados en el proceso. En este número encontrará un artículo en el que le detallamos cuáles son sus derechos como deudor y los procedimientos legales a los que puede ser sujeto.

Ahora bien, la mejor manera de evitar estos problemas es no dejar que nuestros créditos nos lleguen al cuello. Pague a tiempo sus deudas, y si de plano no puede, negocie con su acreedor, explíquele su situación y propóngale un plan de refinanciamiento, puede que eso le convenga más que estarse escondiendo o vivir en el terror.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, D. F. Teléfono 5211-9082. Fax 5553-0574. rconsumidor@profeco.gob.mx
Publicidad institucional: 9157-5127

CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
BUENAS
HOLA
SOUPS & GOODIES
DONS TRACAU
ME DÁ POR FAVOR UNA SOPA "SHIN-SHU-SHIKEN" DE POLLO?
¡CLARO!
¡SALE SOPA DE FIDEOS CON POLLITO CALIENTE!
AQUÍ ESTÁ LA SOPA SECA Y FRÍA, MÉTALO AL MICRO Y PÓNGALE AGÜITA Y LUEGO LE COBRO
SÍ
LISTO... ¿CUÁNTO ES?
VEAMOS:
$5 PESOS DE LA SOPA $5 PESOS DEL AGUA Y $5 PESOS DEL USO DEL MICRO... ¡$15 VAROS!
WHAT?
¿ME VA A COBRAR EL AGUA Y EL USO DEL HORNO DE MICROONDAS?
¡S
¿DÓNDE DICE QUE ESE SERVICIO V.I.P. ES GRATIS?
¡TOME PUES!
RECIBO VEINTE
¡PUES SE ME HACE UN ABUSO!
¡POS' OTRO DÍA, PÓNGASE MÁS BUZO!
SUS CINCO DE CAMBIO
¡OIGA... ESTA SOPA SÓLO TRAE UNOS RAQUÍTICOS FIDEOS! ¿Y EL POLLO?
AHÍ...
¡MIRE, LEA: CONTIENE POLVO DE HOJUELAS EVAPORADAS DE ALAS DE POLLITO DESHIDRATADO!
¡ASH!
¡PUES YO EXIJO MI POLLO EN LA SOPA O ME REGRESA MI DINERO!
¿DE PLANO?
¡OKEY, PUES!
¡J J J J J J J J...!
¡CERDO!
QUIOBO ¿A DÓNDE VA?... ¡AQUÍ ESTÁ SU POLLO! SÓLO ME ESTABA DESPEJANDO MI GARGANTA DE LA GRIPE...
¿POS' QUÉ PENSÓ QUE YO LE IBA A DAR?
TRINO

Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx

Esperamos sus cartas

El reportaje Organismos Genéticamente Modificados –publicado en nuestros números de agosto y septiembre de este año– levantó opiniones encontradas. Como muestra de la polémica que el tema genera por sí solo en México y en el mundo entero, compartimos fragmentos de algunas de las cartas recibidas en nuestra redacción. Juzgue usted.

La Fundación Guanajuato Produce, A. C., es una institución que está conformada por productores agropecuarios del estado de Guanajuato, que opera el subprograma de Investigación y Transferencia de Tecnología en el estado.

Dentro de las actividades que tenemos contempladas, también se encuentra la concientización de la comunidad científica y de la población en general mediante la exposición objetiva de problemas y oportunidades en temas trascendentes.

En este sentido, nos interesa contar con una copia del documental Organismos Genéticamente Modificados, para difundirlo entre el personal de las distintas instituciones de investigación y enseñanza superior agropecuaria en el estado de Guanajuato.

Es importante conocer la opinión de los investigadores que aparecen en este material y manifiestan su punto de vista respecto a la vinculación de los temas y resultados de investigación con una realidad objetiva.

Ing. Pedro Tafoya García
Gerente de la Fundación Guanajuato Produce, A. C.

Se ha satanizado a los organismos genéticamente modificados (OGMs) para el consumo humano sin que medien pruebas suficientes en el sentido de que dañen la salud humana.

El verdadero riesgo es ambiental ya que, efectivamente, genes transferidos a variedades cultivables pueden dispersarse en el medio y, eventualmente (también se requiere de pruebas) afectar equilibrios tróficos e índices de biodiversidad (pero esto depende, por supuesto, de cuáles hayan sido los genes transferidos).

Los OGMs también se están produciendo, y muy dinámicamente, en la investigación médica para encontrar soluciones a enfermedades genéticas y de insuficiencia en la producción de proteínas básicas (curiosamente, nadie habla en contra de los OGMs cuando se trata de su uso médico).

El verdadero problema consiste, me parece, en que la investigación y el desarrollo de estas biotecnologías (aplicadas a variedades domésticas) se dejaron en manos privadas durante décadas (al menos desde fines de los años sesenta), en tanto que los fondos públicos disminuyeron hasta perder toda posibilidad de orientación en su desarrollo.

Por eso se utilizan genes como el denominado “terminator”, que ocasiona esterilidad en el macho, evitando que produzca polen o éste sea estéril, para que las semillas que se venden no puedan reproducirse, sino que los agricultores queden como clientes cautivos de los productores de semillas transgénicas.

Pero también bajo un esquema de interés público y defensa de la integridad de los ecosistemas, el gene “terminator” podría utilizarse justamente para impedir que otros genes –transferidos a la variedad transgénica que se desea cultivar– puedan dispensarse en el medio gracias a que su polen es estéril.

Las decisiones sobre autorizar o no cultivos de OGMs deben tomarse con fundamento en información científica, no en opiniones morales. La información sobre el riesgo la tienen (o la pueden obtener) los investigadores de academias y grupos de investigación especializados, las organizaciones no gubernamentales (ONGs) no pueden tener otra cosa que una opinión política al respecto.

Si la información científica es insuficiente debe aplicarse el Enfoque Precautorio (principio 15 de la Agenda 21), mientras se obtiene la información suficiente.

El público y los consumidores tenemos derecho a que la investigación y desarrollo en OGMs continúe, pero bajo esquemas de interés público y de integridad de los ecosistemas (variedades de maíz con mayor contenido de aminoácidos esenciales, variedades de arroz que no requieran tierras anegadas y reducen su producción de metano, etcétera). El error consiste en mantener el desarrollo de estas biotecnologías exclusivamente en manos privadas.

Dr. Germán González Dávila
Semarnat

Estoy en contra del uso de transgénicos, no en todas sus formas, porque las hay para cultivo silvestre y para cultivo *in vitro,* pero vamos por pasos. Yo veo tres problemas fundamentales sobre los transgénicos: el impacto ambiental, en la evolución y el socioeconómico.

Ahora, supongamos que nos dan una lámpara maravillosa y pedimos todo el conocimiento sobre evolución y medio ambiente para no tener que enfrentarnos a estos dos problemas. Pues aún hay un punto muy, muy importante: al modificar un organismo lo puedes patentar porque es ¡propiedad intelectual! (no sé cómo las leyes internacionales lo aceptaron).

Esto significa que si cultivas maíz transgénico debes pagar a la empresa por la semilla. Si se lo pasas a tu vecino, demandan a tu vecino, y si por casualidad se contamina el de tu otro vecino, también sale afectado; si cultivas más de lo permitido o por más tiempo, igual.

Ya por último, el negocio no está en los transgénicos, sino en los herbicidas que éstos necesitan para su correcto cultivo.

Pero hay algo que hay que dejar muy claro: comer comida transgénica no te va a hacer daño por el hecho de ser transgénica, no te van a salir alas, ni vas a mutar, ni nada de eso. Al ingerir cualquier cosa los ácidos del estómago y luego los del intestino fraccionan todas las sustancias y ya después nuestro organismo las vuelve a construir. Así que en resumen, mi postura es la siguiente:

a) que se asegure por escrito (ley) la integridad de los ecosistemas;

b) que se tenga científicamente comprobada la evolución de las especies dentro de 50 años y

c) que un 10% de las ventas de herbicidas se repartan entre los campesinos más pobres.

David Pérez
Presidente de la Red de Jóvenes por el Medio Ambiente del Estado de México

Hemos tenido conocimiento de los artículos de OGMs publicados en su revista y, principalmente, de los programas informativos que se han difundido por televisión, y deseamos felicitarlos por el contenido y los objetivos de divulgar información sustentada y verídica.

Lic. José Enrique Tron
Cámara Nacional del Maíz Industrializado

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Calculadora del SAR
  La herramienta que te permitirá comparar entre Afores para apoyarte en tu decisión
- La **AFORE** en la que estás **asignado**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

Teléfonos:
01800 • 5000 747
5269 • 0205

Horario de Atención

Asesoría personalizada de **Lunes** a **Viernes** de 9:00 a 19:00 hrs.

Servicio automático de Calculadora, e información sobre tu cuenta asignada, las 24 hrs. del día los 365 días del año.

Por Rosa Godoy

Fotos Archivo

Humanos en el zoológico de Londres

"Advertencia: humanos en su ambiente natural", decía el cartel en la entrada de la exhibición en la que tres mujeres y cinco hombres británicos fueron presentados, a finales de agosto pasado, como ejemplares de la especie *Homo sapiens* en el zoológico de Londres, Inglaterra –fundado en 1826 y uno de los más antiguos del mundo–, en un experimento que buscó mostrar la manera en que se comportan los seres humanos y su efecto en el medio ambiente. Las ocho personas pasaron cuatro días a la intemperie en una jaula para osos, llevando como único atuendo una hoja colocada en sus partes pudendas. Sin embargo, a diferencia de otros mamíferos, estos ejemplares regresaban a sus hogares por la noche, pero al igual que el resto de sus vecinos enjaulados, los humanos tenían una variedad de juguetes y actividades lúdicas a su alcance –juegos, música, pinturas y pelotas–, mismos que les servían como estímulos físicos y mentales. Los candidatos fueron elegidos de una lista de 30 voluntarios. El zoológico no modificó sus precios de entrada habituales –14 euros por adulto y 10.75 por niños menores de quince años (180 y 140 pesos, respectivamente)–, y no se reporta a ningún "ejemplar" humano con intoxicación debido a que algún visitante le diera de comer...

Fuentes www.zsl.org/london-zoo/news/human-zoo-how-was-it-for-you,185,NS.html
• http://espanol.news.yahoo.com/050826/1/131hw.html

El "asesino cereal" de la obesidad

Desayunar cereal adelgaza. Esa es la conclusión del Instituto de Investigaciones Médicas de Maryland, Estados Unidos, que fue dada a conocer en septiembre pasado: un análisis realizado a los hábitos alimenticios de 2,400 mujeres durante diez años, dio como resultado que aquellas que desayunaban regularmente, tenían un menor índice de masa corporal en comparación con quienes preferían ayunar; además, el índice se redujo aún más cuando las mujeres consumían cereal por la mañana debido a la fibra y otros nutrientes de este producto, pues la sensación de saciedad aumentó y ya no hubo necesidad de comer entre comidas. Asimismo, se encontró que quienes no desayunaban, tendían a ingerir alimentos con un mayor contenido de grasa en relación con las personas que sí lo hacían. De acuerdo con estos datos, vale la pena hacer un alto en el ajetreo de cada mañana y desayunar bien con el fin de "exterminar" esas "lonjitas" tan poco agradables, ¿no le parece?

Fuente *Journal of the American Dietetic Association*, vol. 105, núm. 9, septiembre 2005

Foto Archivo

Guía para el monitoreo ciudadano

Foto Archivo

Con la finalidad de contribuir al mejoramiento de la función pública, promover la participación ciudadana mediante el derecho a la información y fortalecer la rendición de cuentas, la Secretaría de la Función Pública y el Consejo Ciudadano por la Transparencia han publicado la *Guía para el monitoreo ciudadano*. En ella se explica cómo los ciudadanos pueden realizar diversos ejercicios para observar, dar seguimiento y proponer mejoras sobre aspectos como la manera en que los servidores públicos toman decisiones y utilizan los recursos públicos.

Si está interesado en materia de monitoreo, participación ciudadana y acceso a la información, visite el sitio en internet www.monitoreociudadano.gob.mx

Foto Roberto Paz

Inmortalidad literaria

¿Le gustaría que su nombre apareciera, por ejemplo, en alguna terrorífica novela de Stephen King o en un cuento infantil de Lemony Snicket? Pues eso fue posible para quienes le llegaron al precio a la subasta realizada en un sitio de internet estadunidense, el cual ofreció la posibilidad de que un personaje bautizado con el nombre de los mejores postores, se publique en alguno de los próximos libros de 19 escritores famosos. Entre los autores se encuentran los ya mencionados Stephen King y Lemony Snicket, además de John Grisham y Peter Straub, por mencionar algunos. El total del dinero recaudado en esta subasta, que se llevó a cabo entre el 8 y el 26 de septiembre pasado, se destinó a una asociación sin fines de lucro llamada First Amendment Project (Proyecto Primera Enmienda), la cual promueve la libertad de información y expresión. En el caso de King, autor de *Carrie* y *El resplandor*, entre muchas obras más, la oferta llegó a los 20 mil dólares (alrededor de 220 mil pesos).

Por ese monto, deberían titular al libro con el nombre del comprador, ¿o cómo ve usted?

Fuentes www.ebay.com/fap • Agencia Reuters

Se echaron un taquito

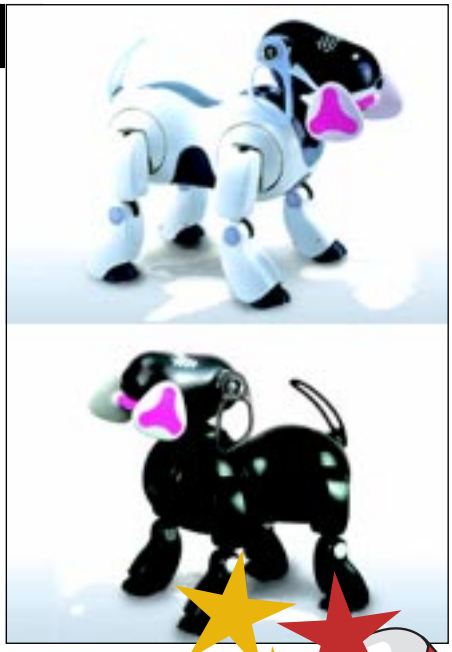
Una empresa de alimentos de Nuevo León ofreció en el pasado mes de septiembre la que llamaron la "tortilla más grande del mundo" para elaborar un taco de maíz que comieron miles de personas. La tortilla midió veinte metros de largo y uno de ancho, y en su elaboración se utilizaron 160 kilogramos de harina de maíz. El "macrotaco" se rellenó con dos toneladas de carne, 200 kilos de cebolla y cien de cilantro, y en su elaboración participaron alrededor de cien personas. El "bocadito" sirvió para celebrar el 409 aniversario de la fundación de Monterrey, en el marco de un festival gastronómico que busca promover la carne de los ganaderos del noreste de nuestro país.

Fuentes efe.com

Cibervida saludable

Ya llegó la quinta generación del Aibo, perro-robot que promete ser el "mejor amigo del hombre"... que busca perder o mantener su peso, y es que este singular androide canino puede contabilizar el consumo y el gasto de las calorías de su dueño a través de dispositivos tecnológicos como un podómetro para calcular los pasos dados y las calorías quemadas; así, la persona debe almacenar su información alimenticia y de actividad física en un organizador electrónico inalámbrico incluido en el "ciberfirulais". Cuando se le envía una señal verbal –por ejemplo, la pregunta: "¿Cómo me encuentro?"–, el "robocan" responderá con un ladrido y un movimiento de cola al compás de una canción alegre, eso siempre y cuando el propietario haya llevado una alimentación balanceada que incluya ejercicio durante las últimas 24 horas. Pero si la persona se ha excedido con la comida y ha tenido poca actividad física, el perrito se moverá lentamente, con una canción triste como fondo. El precio de Aibo, que salió a la venta en octubre de 2004 en Estados Unidos, es de alrededor de 1,900 dólares (unos 20 mil pesos).

Fuente www.ergoprojects.com • www.linuxparatodos.com



Fotos www.sony.net/Products/aibo/.jpg

La cerveza más "pegadora"

Es la cerveza más fuerte del mundo, o al menos eso dice su creador, un fabricante independiente de Berlín, Alemania, llamado Harold Schneider, quien fermenta la bebida durante 12 semanas en un alcohol que contiene el doble de grados que el de las otras marcas. Dicha bebida, que carece de nombre comercial y tiene un ligero sabor a cereza, fue "presentada en sociedad" el pasado mes de septiembre; contiene 25.4 grados de alcohol, mientras que la mayoría de las cervezas sólo tienen entre 4.5 y 5.5 grados. El creador del poderoso brebaje advierte que basta con tomar dos o tres vasos para sentir efectos embriagantes.

¿Se le antoja una "caguama" o "ballena" de esta bebida?

Fuente www.feeds.thegermanynews.net/?rid=c08352ead98d2693&cat=0b761d844c35f1be&f=1

Ilustración Gerardo Larios

Foto José Rodríguez

Máquinas expendedoras de libros

Desde agosto pasado, los franceses tienen la oportunidad –literalmente hablando– de encontrar libros a la vuelta de la esquina: la editorial Maxi-Livres puso a disposición de los lectores de París, cinco máquinas callejeras dispensadoras de libros, en las que a cualquier hora del día, por sólo dos euros depositados en una rendija –alrededor de 27 pesos–, es posible adquirir uno de entre 25 títulos clásicos y contemporáneos. Así, por ejemplo, los parisinos pueden seleccionar entre *La Odisea* de Homero y *Las flores del mal* de Baudeleire, además de obras de Oscar Wilde y Lewis Carroll, por citar algunos ejemplos, aunque el título más popular, de acuerdo con un vocero de Maxi-Livres, es *El libro de cocina con Wok*. Enhorabuena por la expansión de la literatura, y bien valdría la pena que las editoriales mexicanas pudieran analizar esta idea con el fin de innovar en la distribución de libros en nuestro país.

Fuentes www.iblnews.com/story.php?id=2615 • eluniversal.com

Foto archivo

¡Santas tangas!

Río de Janeiro, en Brasil, impuso una nueva moda que aunque causó polémica, se vendió muy bien en las calles del turístico barrio de Ipanema durante el verano pasado: nos referimos a unas tangas pintadas con santos de la iglesia Católica, y que lo mismo incluyen la imagen de San Antonio (santo patrono del noviazgo y el matrimonio –este modelo tuvo tal éxito entre las brasileñas que se agotaron las existencias–) que de San Expedito (patrón de las causas urgentes), además de Santa Catarina (protectora de las vírgenes) y San Judas Tadeo (patrón de las causas imposibles). La diseñadora de esta "religiosa" ropa interior, Alessa Migani, se vio obligada a retirar la colección completa de las vitrinas de su tienda debido a la presión ejercida por un feligrés, quien se quejó ante la alcaldía de Río de Janeiro por considerar las prendas una "gran falta de respeto". ¿Será demasiado "tango" por unas "tangas"?

Fuente www.absurddiari.com • Associated French Press

Foto Archivo

Espejito, espejito...

Las mexicanas son quienes peor se sienten consigo mismas cuando miran a mujeres bonitas en las revistas femeninas, al menos así lo declaró el 43 por ciento de las entrevistadas en un estudio internacional realizado por una marca de productos femeninos de belleza; a ellas les siguieron las francesas, que llegaron al 17 por ciento. Además, la palabra "hermosa" prácticamente queda fuera del vocabulario de nuestras compatriotas cuando se trata de hablar de su aspecto, e incluso les incomoda usar el término y prefieren sustituirlo por "natural" o "promedio" para describirse a sí mismas. Los datos anteriores se desprenden de la información recabada mediante la campaña *Por la belleza real*, realizada en Europa, Estados Unidos y recientemente en México, y la cual se dio a conocer en septiembre pasado. Más aún: a nivel global, apenas un dos por ciento de las mujeres entrevistadas se considera "bella", mientras que más de la mitad considera que los estereotipos de belleza que difunde la publicidad las abruma y presiona.

¿Y usted, cómo se siente, natural, promedio o de plano bella?

Fuentes www.porlabellezareal.com.mx/uploadedfiles/cl/dove_white_paper_final.pdf • eluniversal.com

Baterías ambulantes

No es la sinopsis de una película de ciencia ficción, pero en la Universidad de Pensilvania, en Estados Unidos, un investigador creó una mochila capaz de convertir en electricidad la energía utilizada por quienes la llevan a cuestas. Aunque se generan apenas un poco más de siete vatios, tal magnitud alcanza para encender un reproductor de MP3, un teléfono celular o incluso una agenda electrónica de bolsillo. La mochila, que pesa 4 kilos y medio y fue dada a conocer públicamente el pasado mes de septiembre, funciona así: con el movimiento que se produce durante la caminata, se alimenta un generador que produce electricidad, la cual puede ser aplicada en el instante mismo en que se crea, o bien, guardarse en una batería para ser utilizada después. Su creador, el biólogo Lawrence C. Rome, diseñó la mochila a petición de la Oficina de Investigaciones Navales de ese país, con el fin de evitar que las tropas estadunidenses en Afganistán tuvieran que cargar muchas baterías para sus aparatos eléctricos. Actualmente se estudia la posibilidad de disminuir el peso del artículo para comercializarlo.

Fuente *Science*, vol. 310, núm. 5754, septiembre 2005 • http://ar.news.yahoo.com/050908/4/kid4.html

Ilustración Roberto Paz

¿Es tu AFORE, la mejor opción?

Para cambiarte de AFORE, hoy ya no hay excusas: lo puedes hacer vía Internet en www.e-sar.com.mx o llamando a la AFORE a la que deseas cambiarte con tu credencial de elector.

Recuerda que ahora te puedes cambiar más de una vez al año si eliges una AFORE más barata.

Para comparar AFORES, consulta la **Calculadora del SAR** en:
www.consar.gob.mx
llama a SAR-TEL
01-800-5000-747
o consulta tu estado de cuenta.

Todas son diferentes
Infórmate y toma una buena decisión

ALERTA al consumidor

Profeco vigila permanentemente prácticas comerciales indebidas y publicidad engañosa; inmoviliza productos peligrosos e impone multas y clausuras a las empresas que atentan contra los derechos de los consumidores. Usted también tiene el poder: el poder de no comprar y de presentar su denuncia. Compartimos así la responsabilidad y el poder, porque todos somos consumidores.

Falsos promotores de vivienda

La Comisión Nacional de Fomento a la Vivienda (Conafovi) alerta a la población sobre personas que se ostentan como servidores públicos de esa institución para hacer trámites de vivienda a cambio de dinero.

De hecho, la Conafovi no cuenta con personal que realice visitas domiciliarias para el levantamiento de encuestas; no otorga créditos para vivienda (ni decide a quiénes se les proporcionan); no realiza estudios socioeconómicos, ni mucho menos cobra la orientación que brinda a los ciudadanos. Luego de recibir varias denuncias, la Comisión exhorta a quien detecte cualquier acto deshonesto de presuntos trabajadores de la Conafovi, a que denuncie el hecho ante las autoridades judiciales correspondientes.

La Conafovi es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Desarrollo Social que diseña, promueve, dirige y coordina la política nacional de vivienda, a fin de garantizar el acceso de las familias mexicanas a una casa digna.

Si desea conocer a fondo la labor y los servicios que presta la institución, visite su página en internet www.conafovi.gob.mx o llame al 01-800-800-0505.

Venta indebida de contraseñas de Yahoo y Hotmail

Se tiene conocimiento de que en internet está circulando una nueva práctica indebida y engañosa: venden contraseñas de direcciones de correo electrónico, principalmente de Yahoo y Hotmail, haciendo promoción a través de correos electrónicos no solicitados (*spam*). Estos correos electrónicos mencionan un asunto de familiaridad y al abrirlo aparece la oferta de contraseñas de direcciones de Yahoo y Hotmail con un costo de 120 pesos mexicanos o 15 dólares americanos por cada *password* que solicite. Se requiere al usuario que envíe un correo electrónico a la dirección que se le indica para solicitar las contraseñas y le remiten los "términos y condiciones del servicio".

¡No se deje engañar! Comprar contraseñas de direcciones ajenas de correo electrónico es indebido, además de que a través de este tipo de correos le pueden estar enviando un virus que permita extraer, sin consentimiento de usted, información de su computadora o seguir enviándole correos no solicitados.

Haga caso omiso de este tipo de correos, bórrelos inmediatamente y alerte a sus familiares y amigos sobre estas prácticas fraudulentas.

Si desea mayor información sobre correos electrónicos no solicitados y cómo prevenir ser víctima de dicha práctica le invitamos a visitar la página www.profeco.gob.mx/html/ecomercio/spam/spam.htm

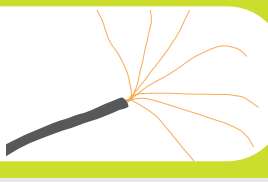
Incendios en Navidad

Muchas de las series de luces para el árbol y adornos navideños luminosos que se venden en el mercado, tanto formal como informal, representan un riesgo para su seguridad, pues el grueso del cable que utilizan es inferior al que establecen las normas, lo que puede provocar un cortocircuito y un incendio.

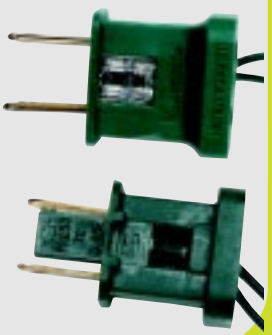
No arriesgue su seguridad: al comprar series y adornos navideños luminosos verifique que el grosor del cable sea el adecuado (aquí le mostramos los tamaños reales).

NO COMPRE

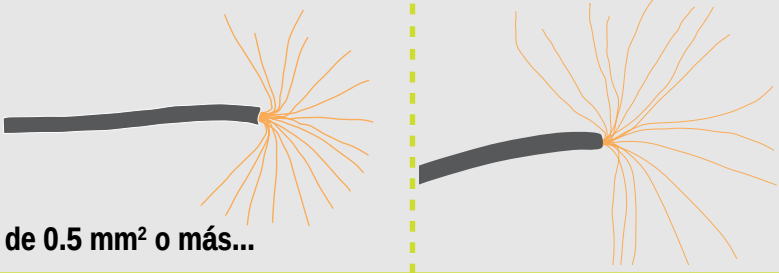
con alambre de menos de 0.3 mm²



...o alambre de entre 0.3 y 0.5 mm², con fusible



ES SEGURO



con alambre de 0.5 mm² o más...

Ataúdes usados y contaminados

Se tiene información de que algunas agencias funerarias rentan o venden ataúdes usados y contaminados. Después de haber incinerado un cuerpo, algunas funerarias reutilizan los ataúdes, sin conocer el motivo de fallecimiento del usuario anterior. Si la persona murió de alguna enfermedad infectocontagiosa, el ataúd debe ser incinerado, ya que representaría un riesgo de salud para las personas que acudan al velorio.

Así pues, al rentar o comprar un ataúd usado, solicite a la agencia funeraria el visto bueno de la autoridad sanitaria local en donde se autorice la reutilización del producto y revise que el interior sea totalmente nuevo y limpio. De igual manera, al comprar un ataúd nuevo revise que no esté maltratado, que no tenga raspaduras en la pintura, que no huela mal y que el interior esté en perfectas condiciones y, de ser el caso, verifique que dicho ataúd sea el mismo que se utiliza en el servicio funerario.

Entérese de éstas y otras noticias en
www.profeco.gob.mx

Tras los $ecretos del cerebro

Neuro-mercadotecnia

Por Walter Jasso Anderson

Aunque parece un término sacado de la ciencia ficción, la neuromercadotecnia o neuromarketing podría influir directamente en usted para que compre productos que no desea, contrate servicios innecesarios o para que algunas empresas conozcan a detalle por qué consume como lo hace.

Fotos Archivo

El detonador del tema ocurrió en 2001, cuando BrightHouse Institute, empresa consultora de mercadotecnia en Atlanta, Estados Unidos, creó una división especializada en neuromercadotecnia. Así, a lo largo de los últimos cuatro años, universidades estadunidenses como Harvard, Caltech (Instituto de Tecnología de California) y la Escuela de Medicina de Baylor, se sumaron a las investigaciones.

Mientras tanto, algunos grupos civiles han manifestado una seria preocupación al respecto, como la asociación de consumidores estadunidenses Alerta Comercial, quienes plantearon: "¿Qué sucederá si las empresas pueden alterar nuestra actividad neuronal, por diversos medios, de manera que modifiquen nuestra conducta para lograr sus propios fines?".

Así entonces, los secretos guardados por el "cerebro consumidor" son un tema que con timidez se asoma a la luz pública y que promete, en un futuro, altos niveles de controversia comercial y ética.

Hurgar en la mente

El neuromarketing consiste en la aplicación de técnicas y métodos neurológicos usados desde hace años con fines médicos (como la tomografía y la resonancia magnética funcional por imágenes -Magnetic Resonance Imaging o MRI, por sus siglas en inglés-) para descubrir qué motiva las decisiones de una persona al momento de comprar o mostrar preferencia por una marca.

Gracias a estas herramientas, los científicos pueden observar el mapa cerebral y sus reacciones ante determinadas marcas y productos, información que después puede utilizarse en nuevas campañas publicitarias y técnicas de mercadeo.

Por ejemplo, la MRI provee imágenes en tiempo real de la actividad cerebral, y muestra distintas áreas que se iluminan de acuerdo con el flujo sanguíneo, lo que brinda pistas sobre los patrones del pensamiento subconsciente de una persona. Varios estudios realizados con MRI concluyeron que el conocimiento de una marca puede influenciar nuestras preferencias al comandar los circuitos cerebrales involucrados en la memoria, la toma de decisiones y la imagen que tenemos de nosotros mismos.

Pero, ¿en realidad la manipulación masiva y subliminal está a la vuelta de la esquina? Sebastián Campanario, periodista del diario argentino *El Clarín* y experto en el tema, comenta: "La manipulación subliminal pasó de ser un tema tratado en películas (como *Sobreviven*, de John Carpenter) a convertirse en un temor real. Ahí tenemos por ejemplo la llamada economía del comportamiento (combinación de economía con psicología que se basa en la idea de que las personas somos mucho menos racionales de lo que creemos, lo que nos hace cometer errores que van en contra de nuestros propios intereses financieros) del psicólogo Daniel Kahneman que, sin ser economista, obtuvo el Premio Nobel de Economía en el 2002, gracias a esa teoría".

Sin darle mayores vueltas al asunto, Campanario asevera que la publicidad subliminal podría estar ocurriendo sin que nos demos cuenta: "Puede que algunas empresas hayan descubierto determinadas herramientas para influir en el cerebro de los consumidores, y que nosotros todavía no lo sepamos. Hasta hace tres años, las empresas que patrocinaban investigaciones las publicitaban, pero después de algunas protestas de consumidores, el tema se mantiene en el misterio total, y hoy por hoy no se sabe cuánto dinero gastan y qué han encontrado".

De acuerdo con el también autor del libro *La economía de lo insólito*, lo menos que cuesta un experimento de neuromarketing son 50 mil dólares, por lo que existen empresas que se toman muy en serio el tema, y destinan cada año miles de millones de dólares para mercadotecnia.

El Reto Pepsi

Los investigadores del neuromaketing encuentran una profunda e invisible relación entre las marcas y los pensamientos de los consumidores. Por ejemplo, la consultora BrightHouse

Fotos Archivo

realizó el siguiente experimento: reunió a un grupo de personas y les pidió que observaran una serie de productos e hicieran una lista de los mismos según sus gustos. Luego, les volvieron a mostrar las imágenes, esta vez monitoreando su actividad cerebral por medio de la MRI. Se observó que cada vez que el sujeto veía un producto con el que se identificaba, se presentaba una actividad creciente en la corteza media prefrontal del cerebro (región que se asocia con el sentido que una persona tiene de sí misma).

Otro ejemplo de neuromercadotecnia aplicada y de cómo opera, es el experimento realizado en octubre del año pasado por el doctor Read Montague, un profesor de neurociencias de la Escuela de Medicina en Baylor, Texas. Montague realizó, con instrumentos de neurobiología, el en su momento sorpresivo "Reto Pepsi", que consistía en dar a beber un vaso de refresco de Pepsi y otro de Coca-Cola a varias personas sin que éstas supieran a qué marca pertenecía cada bebida. El resultado fue que quienes bebían Pepsi registraban una mayor actividad cerebral en el putamen ventral, la zona asociada al placer por beber o comer.

Durante una segunda prueba, en la cual se les avisó a los consumidores qué marca había en cada vaso, el resultado se invirtió: luego de probarlas, la mayoría prefirió Coca-Cola. Pero lo más asombroso fue que en estos casos se "encendió" otra zona del cerebro, asociada a los recuerdos y experiencias (en los que seguramente se encontraban situaciones relacionadas con la bebida). En otras palabras, el poder de la marca sirvió para activar otra región cerebral e invertir el primer resultado.

Y es que, sin duda, el objetivo de la mercadotecnia y la publicidad es crear una relación emocional perdurable con los consumidores. Inclusive, mediante las últimas técnicas de neuromercadotecnia, se descubrió que algunos comerciales pueden llegar a crear falsos recuerdos, o al menos, activar algunos que creíamos olvidados.

Riesgo latente

El doctor argentino Néstor Braidot, catedrático de mercadotecnia en la Universidad de Salamanca en España y autor del libro *Marketing total*, nos comenta que "el 95% de las decisiones se toman de manera inconsciente, aunque se expliquen de manera racional, con base en archivos de memoria grabados históricamente en el cerebro. Así, las razones aparentes por las que una persona hace ciertas compras, no son necesariamente las reales. Los fundamentos pueden ser emocionales e inconscientes".

Y ofrece un ejemplo: "Hice una encuesta sobre el consumo de una marca tradicional de aceite comestible y llegué a la conclusión de que la razón de compra no tenía que ver con el sabor, la calidad o el color del producto, sino que el 65% de las personas asociaban este aceite con su abuela fallecida, una razón evidentemente emocional".

Sobre la posibilidad de manipulación cerebral, el investigador y aplicador directo de neuromercadotecnia, argumenta: "El cuchillo sirve para matar y para comer, no es responsabilidad del cuchillo que se le use para matar. El ser humano (entiéndase los anunciantes) debe respetar la moral y la ética; claro que si esto del neuromarketing se maneja sin ética, existe un riesgo".

Sebastián Campanario expone que uno de los principales problemas al respecto, es la falta de legislación: "Se trata de una ciencia tan nueva y se sabe tan poco, que las regulaciones siempre llegan tarde, como ha pasado con internet y con la tecnología de punta. Las leyes suelen estar varios años atrás de los descubrimientos científicos".

Campanario señala la importancia de que la población conozca los avances que se vayan dando, pues "si sabemos qué es lo que provoca determinadas reacciones en nuestro cerebro, podremos protegernos y estar al tanto de posibles estrategias comerciales de las empresas, para que no haya factores colaterales que induzcan nuestra decisión de compra".

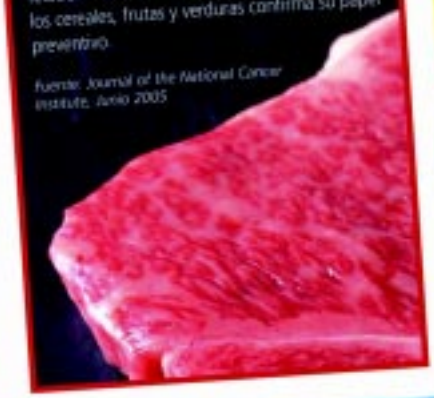
Así entonces, podríamos concluir que, para los consumidores, la manipulación subliminal de nuestros deseos y necesidades es sólo una teoría fantástica o bien, un asunto que simplemente desconocen, mientras que para las grandes empresas, al parecer, el tema es prioritario en sus presupuestos. ¿Estaremos acaso ante la posibilidad de que la "caja de Pandora del consumo" se abra?

Fuentes Entrevistas con Sebastián Campanario, periodista del diario argentino *El Clarín* • Néstor Braidot, catedrático de mercadotecnia en la Universidad de Salamanca, España • *The Dallas Morning News*, 9 de agosto de 2004 • www.cbc.ca • www.quoweb.com • www.braidot.com/neuromarkenting • www.commercialalert.org

Carne roja *Vs* Cáncer

El consumo diario de carne roja incrementa hasta 30 por ciento el riesgo de padecer cáncer de colon. Por el contrario, la ingesta frecuente de pescado ejerce en el organismo efecto protector que reduce casi un tercio esta misma relación. También la fibra que se encuentra en los cereales, frutas y verduras confirma su papel preventivo.

Fuente: Journal of the National Cancer Institute, Junio 2005



Fortaleza intelectual

Estudiantes mexicanos diseñaron un traje confeccionado con lycra-algodón y compuesto por un pantalón, camisa de manga larga y guantes- que registra movimientos corporales mediante sensores colocados en las articulaciones para reproducir diversos sonidos de instrumentos musicales. El proyecto se denomina "Espacios Didácticos de Realidad Virtual para Niños" (ERVIN), herramienta única a nivel nacional y de gran apoyo para la rehabilitación de niños entre cuatro y siete años que padecen Síndrome de Down, parálisis cerebral y autismo, pues permite interactuar a los pequeños en ambientes agradables, en los que desarrollen habilidades psicomotrices de manera armónica.

Fuente: Escuela Superior de Cómputo (ESCOM) del Instituto Politécnico Nacional. Junio 2005.

Sonrisa que salva vidas

Un monitor con sonrisa puede ayudar a salvar la vida de miles de bebés en los países en desarrollo. Si el color es verde, ves una cara feliz, pero si la temperatura baja, el color se desvanece y sabrás que tu bebé necesita calor. La sonrisa aparece desplegada en un disco que se adhiere a la piel del bebé y puede medir su temperatura corporal. Si el bebé está suficientemente caliente, la madre verá un círculo verde con una sonrisa, pero si está demasiado frío, la sonrisa desaparecerá y el círculo se volverá negro. El indicador de temperatura, llamado ThermoSpot, fue desarrollado por John Zeal, cuya empresa familiar ha fabricado termómetros tradicionales de mercurio desde 1888. Con este producto la hipotermia, problema común y grave, se detecta a tiempo porque los termómetros tradicionales de mercurio y vidrio a veces no son suficientes.

Fuente: Revista The Lancet, Junio 2005.

Juego que favorece

Permite que tu hijo salte en los charcos, camine por el barro, se trepe a los árboles, busque insectos y juegue con arena, esto le ayuda a ser más sano. Investigadores británicos aseguran que lo que disgusta a los padres, en los menores fortalece el sistema inmune, agudiza los reflejos, mejora el aprendizaje y favorece la interacción con sus padres. Los adultos les creamos a los niños extensas agendas para que sean grandes, eficientes y exitosos desde muy chicos, postergando o bloqueando la acción de jugar como si fuera un mero pasatiempo y no la antesala de su mejor formación creativa.

Fuente: Departamento Hospital John Radcliffe

Suscríbete a la mejor publicación de salud...

¡Espera pronto su nueva imagen!

Ganar Salud te ofrece temas que le gustarán a toda tu familia...

Llama al 1085 0222 ext. 308 o escríbenos a: suscripciones@ganarsalud.com

Qué hay detrás de

+++

La violencia no es cosa de juego, pero la insensibilización ha llegado a tal grado que ya se comercializan muñecas cuya "virtud" es haber muerto de muerte violenta. Habrá quien se preocupe o se escandalice, aunque tal vez lo peor sea verlas con indiferencia...

Foto José Rodríguez

Las violentas Muñecas muertas vivientes

Por Adriana Hernández Uresti

Sí, ya están aquí, ya llegaron. Son las *living dead dolls* (muñecas muertas vivientes), muñecas "muertas" trágicamente. Sus cuerpos presumen las heridas –con todo y sangre– que las hicieron "ir al más allá": hachazos, cuchilladas, quemaduras, extrangulamientos y demás formas violentas de fallecer.

Estos juguetes de origen estadunidense llamaron la atención del público mexicano a mediados de año, cuando aparecieron dos notas informativas: una en un periódico de circulación nacional y otra en televisión. Aunque su llegada a nuestro país es anterior a esta fecha, el interés por las *living dead dolls* se incrementó desde entonces, según testimonio de la responsable de una tienda donde se venden estas mortuorias curiosidades.

Se abre la tumba...

Ed Long y Damien Glonek son los creadores de las muñecas, que aparecieron por primera vez en 1998. Entonces, cada una era hecha a mano y se vendían principalmente en convenciones de "terror". Dos años después –en 2000– los jóvenes firmaron un convenio con la empresa Mezco Toyz, que fabricaría las muñecas con base en los modelos de Long y Glonek; esto permitió que las *living dead dolls* cruzaran la frontera. Actualmente se venden en más de 10 países, entre ellos el nuestro.

Existen nueve series de muñecas, cada una integrada por seis modelos en promedio, y si bien predomina el sexo femenino, también hay muñecos. Sólo los diseños más recientes se encuentran a la venta, tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo. También hay ediciones limitadas que pueden ser miniaturas o parejas (cura y monja, por ejemplo). Aunque su costo varía según el modelo, la mayoría ronda los 30 dólares. Este éxito de la mercadotecnia incluye en su oferta playeras, botones, juegos de mesa, calcomanías, cartas, lámparas, loncheras, vasos, un diario, un estuche escolar y un cubre lápiz.

Más aún, en julio pasado la imagen de las *living dead dolls* apareció por primera vez en un cómic (*Deady the Evil Teddy*) y uno de los accesorios hizo su debut en el séptimo arte en la cinta *Sr. & Sra. Smith*.

Cabe mencionar también que los seguidores de estos juguetitos organizan una fiesta de disfraces la noche de Halloween imitando las escalofriantes creaciones de Ed Long y Damien Glonek.

Estas muñecas están presentes en nuestro país desde hace un par de años, aunque son pocos los lugares en donde se venden, así como los modelos que se ofrecen, y su costo va de los $750 en adelante. De acuerdo con los comerciantes de estas macabras curiosidades, quienes compran estos juguetes son jóvenes mayores de 20 años, aunque también los adquieren adolescentes, no obstante que en el empaque se señala (en inglés y sin traducción) que su venta es sólo para mayores de 18 años.

Los "sepultureros"

Llama la atención que sean precisamente dos varones jóvenes quienes diseñaron estas muñecas tan peculiares. Adolf Tobeña da una posible respuesta a este hecho en su libro *Anatomía de la agresividad humana*, en

Tánatos y violencia

Alejandro Águila Tejeda explica que de acuerdo con el psicoanálisis, el hombre tiene dos instintos: el **eros** (que tiende a la vida) y el **tánatos** (que tiende a la muerte). Estas dos fuerzas luchan constantemente a través de toda la vida y se manifiestan en infinidad de actos, tanto cotidianos como extraordinarios. Cuando el instinto tanático domina, se presentan conductas **suicidas**: la persona piensa mucho en la muerte, le gusta el riesgo y son frecuentes las **adicciones** y los **delitos**; en el peor de los casos atenta contra su vida.

De igual forma, Águila Tejeda hace una diferencia entre agresión y violencia: "La **agresión** es innata, es un instinto que necesitamos para sobrevivir, y ejemplifica: masticar es un acto agresivo; la **violencia** se aprende a través del ejemplo, de lo que el niño ve en casa, en la TV, en los videojuegos, en el cine, en los periódicos. Lo preocupante es que la violencia es cada vez más intensa, frecuente y duradera".

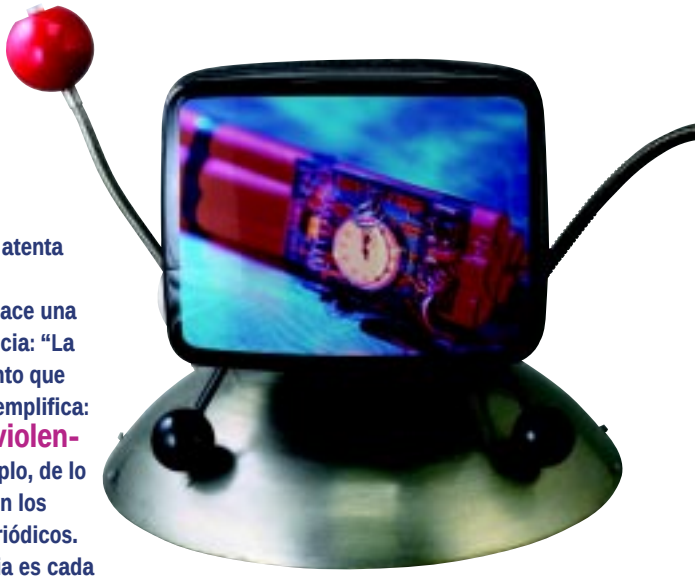


Foto Archivo

Fotos www.livingdeaddolls.com

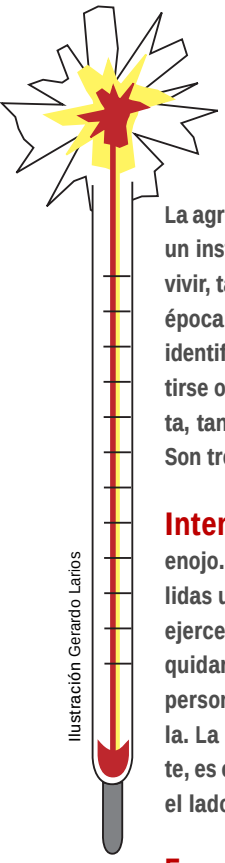


Ilustración Gerardo Larios

Agresión

La agresión es innata al ser humano, es un instinto que le ha ayudado a sobrevivir, tanto en la prehistoria como en la época moderna. No obstante importa identificar cuándo ésta puede convertirse o reflejar un problema de conducta, tanto en menores como en adultos. Son tres los indicadores importantes:

Intensidad: **Cuando es mucho el enojo. La agresión puede tener dos salidas ubicadas en polos opuestos: o se ejerce contra un tercero al grado de liquidarlo, o se vierte contra la misma persona que la genera hasta destruirla. La tercera salida, la más inteligente, es canalizarla con creatividad hacia el lado positivo.**

Frecuencia: **Todos los días. El esposo que discute a diario con su mujer, el niño que se pelea continuamente con sus compañeros, el adolescente que es expulsado de la escuela una y otra vez.**

Duración: **Cuando el enojo dura horas e incluso días y en vez de perdonar se alimenta el rencor.**

el que señala que: "La violencia física (…) es todavía un campo de dedicación preferente para los hombres y sólo ocasional para la mujeres".

Al margen de lo anterior, veamos qué es lo que opinan los creadores de estos juguetes siniestros, quienes tuvieron la amabilidad de constestar las siguientes preguntas a través de su página en internet:

¿Cómo se les ocurrió hacer este tipo de muñecas?

Surgieron de una manera simple. Fue algo que queríamos para nosotros. Hicimos algunas y las llevamos a una convención, en donde se vendieron muy rápido. Entonces decidimos crear otras, colocarlas en ataúdes y darles un nombre, así nacieron las *living dead dolls*. Después de dos años de hacerlas a mano firmamos un convenio con la empresa Mezco Toyz, ellos las fabricarían y distribuirían; nosotros seguiríamos diseñando los modelos. Lo demás ya es historia.

¿Alguna vez pensaron que esta idea sería un buen negocio?

Sabíamos que a mucha gente le gustaba lo que hacíamos, pero nunca imaginamos que las *living dead dolls* tendrían el éxito comercial que tienen. No existió un plan de negocios preconcebido o algo así, simplemente hicimos lo que queríamos y disfrutábamos hacer.

Foto Archivo

¿Por qué creen que a las personas les gustan sus muñecas?

Porque no hay otro producto similar en el mercado.

¿Saben qué tipo de personas compran sus muñecas?

Todos, desde niños hasta mujeres. Madres, hombres, gente adulta.

¿Ustedes piensan que sus muñecas pueden fomentar la necrofilia o algún culto especial por la muerte?

No. Las muñecas no fomentarán ninguna actitud especial hacia la muerte que no esté ya en la persona; en ningún terreno, incluido el sexual.

Tolerancia cero

Ante este panorama, y luego de las declaraciones de Ed Long y Damien Glonek, conviene hacer un alto y pre-

Violencia en la diversión infantil

Ilustración *Simpson Comic*, año 1 núm. 8, septiembre 9 de 1996, Grupo Editorial Vid

La violencia en el entretenimiento estrictamente infantil no es nueva. El inofensivo juego de las canicas –en auténtico peligro de extinción– es un enfrentamiento donde "si te pego te mato y me quedo con tus canicas"; en "policías y ladrones" unos sometían a otros. Pero podría decirse que en éstos y otros muchos juegos, el acto de "morir" es más metafórico que real, es un "trámite" para poder jugar el juego, no es el objetivo final del mismo.

Con respecto a la televisión, desde hace décadas caricaturas como *Tom y Jerry* o *El correcaminos* tienen su buena dosis de maldad. Pero esta maldad es llevada al extremo en esa nueva versión de *T*om y Jerry que es Tommy y Dally (*Itchy and Scratchy*), las caricaturas *gore* que tanto gustan a Bart y Lisa Simpson, sí, de los archifamosos, adorados y a la vez odiados Simpson.

Sin embargo, a partir de la proliferación de los videojuegos es que la banalización de la violencia empieza a preocupar a educadores y psicólogos por dos aspectos, en primer lugar porque no hay una dinámica de integración entre los menores, como sí ocurre con otro tipo de entretenimiento; y en segundo, debido a la intensidad, frecuencia y duración de los actos violentos. Abundan los ejemplos. Existe un videojuego llamado *Night creatures* en donde el jugador tiene que enfrentarse a una serie de monstruos cuyo objetivo final es descuartizar al participante…

La calaca tilica y flaca

La concepción de la muerte cambia de acuerdo con la edad:

De los 2-6 años: Es reversible, muy similar a como ocurre en las caricaturas: el niño puede creer que las personas reviven inmediatamente después de morir.

De los 7-11 años: Los muertos pueden ver, escuchar, hablar y decidir desde el más allá. Es común que el niño crea que su abuelito está en las nubes y que tiene ciertos poderes e influencia sobre los vivos. De acuerdo con el psicoanálisis, ésta es una etapa de latencia (la vida erótica está dormida), todo lo tanático está más vigente.

A partir de los 12 años: Se vive como algo definitivo e irreversible. Es el final de la vida, pero para muchas personas es una oportunidad de trascendencia, es el inicio de otra etapa para el espíritu.

guntarse si son "sanos" estos juguetes para el público al que están dirigidos. Alejandro Águila Tejeda, psicólogo especialista en suicidio y profesor del Instituto Mexicano de Tanatología, también duda que por sí mismos estos juguetes fomenten algún tipo de necrofilia, mucho menos en los niños, porque no cree que su público meta sea el infantil: "Ningún padre coherente y en sus cinco sentidos compraría uno de estos juguetes a su hijo pequeño; quizá los adolescentes lo vean como una extrañeza, una puntada", asevera.

No obstante, el especialista considera que una parte de los compradores de este tipo de artículos puede presentar conductas suicidas, sobre todo cuando existe un ambiente mortuorio, donde las muñecas vienen a ser un elemento más.

Más allá de lo anterior, en México la concepción de la muerte es ambivalente: se le teme mucho, pero también nos burlamos de ella, lo que puede verse potenciado pues, por desgracia, la influencia de los medios de comunicación masiva, como el cine, la televisión y los videojuegos, han banalizado la violencia y, por añadidura, la muerte, haciéndola todo un *show* que resulta más atractivo mientras más sangre, vísceras y crueldad haya. Así pues, no es lo mismo morir que ser asesinado; el asesinato implica control, poder, supremacía de una de las partes, aniquilamiento de la otra. No hay lugar para la tolerancia.

Lo anterior pudiera ser sólo una anécdota de no ser por el hecho de que varias investigaciones realizadas tanto en México como en otros países indican que los menores que gustan de los videojuegos violentos presentan mayor nivel de agresividad e insensibilidad; son menores que hablan poco, actúan más, muestran poca tolerancia, no controlan sus impulsos y muchos padecen estados depresivos crónicos.

En general, las situaciones de agresión (reales o ficticias) generan más agresión en niños de 6 a 11 años porque están en etapa de formación: en lugar de resolver situaciones difíciles verbalmente, el menor puede echar mano de la violencia porque así aprendió en los videojuegos.

Vivan los muertos

El problema es muy complejo y nadie puede afirmar hasta dónde puede ser perjudicial tanta violencia, y tan gratuita, y quiénes la resentirían más. Con esta banalización de la muerte a través de los medios de comunicación es difícil explicar a los pequeños lo que ésta significa, sobre todo porque existe la tendencia de ocultarla y llenarla de mitos, e incluso de embellecerla, de hacerla particular y motivo de entretenimiento, como las *living dead dolls*.

Noviembre, el mes de los muertos, es una buen momento para nombrar a la muerte a la manera tradicional mexicana, con ofrenda tal vez y como lo que es: la etapa final de la vida. Un momento tan importante y natural como el nacimiento. ¡Ah! pero eso sí, sin violencia.

Foto Roberto Paz

De película

¿Cómo explicar el surgimiento de estos juguetes? ¿Se debe a que vivimos en un mundo ya no sólo competitivo en extremo, sino hiperviolento e insensible? De ser así, para la banalización de la violencia, y en particular de la muerte, nada como el cine, ese gran espectáculo de masas que puede recrear con espectacularidad tanto hechos reales como ficticios. Así, el séptimo arte ha presentado la violencia y la muerte como una propuesta estética, donde todo es ficción (y el público lo sabe), con la salvedad de ese cine que es un escándalo, el *snuff*, donde los asesinatos son reales (y el público de estas cintas clandestinas también lo sabe).

En el llamado cine *gore* lo importante es mostrar el mayor número de mutilaciones, intestinos y sangre a litros. Si bien muchas películas utilizan el carmín y vital líquido como único recurso (*Blood Feast*, 1963), otras lo usan como un pilar del terror (*La noche de los muertos vivientes, 1968)*, como parte de una crítica social (*Este perro mundo,* 1961) e incluso como condimento de comedias hilarantes (el *Regreso de los muertos vivientes,* 1985). El mismo Steven Spilberg en *Salvando al soldado Ryan* (1998) se engolosinó mostrando mutilaciones al por mayor nada menos que en la primera secuencia de esta superproducción.

Mención aparte merece *Chucky, el muñeco diabólico,* que como producto de la mercadotecnia puede ubicarse muy cerca de las *living dead dolls*. Este muñeco llena todos los requisitos para formar parte de la colección de Ed Long y Damien Glonek, aunque en este caso, Chucky es el victimario y no la víctima.

Fuentes Entrevista con el psicólogo Alejandro Águila Tejeda, especialista en suicidio, profesor del Instituto Mexicano de Tanatología y psicoterapeuta del Centro de Servicios Psicológicos, A. C. • Sarah García Silberman y Luciana Ramos Lira, *Medios de comunicación y violencia,* FCE e Instituto Mexicano de Psiquiatría, 1998 • www.livingdeaddolls.com • www.mezcotoyz.com • www.cinefantástico.com

Paquetes y servicios funerarios

¿Cuánto cuesta morir?

Lo único seguro en esta vida es la muerte. Ante esta inevitable situación, lo mejor es obtener la mayor cantidad de información para contratar un servicio funerario de calidad, sin tener que pagar más. Entérese de los servicios que existen y de su precio.

Por Liliana Granados, Amadeo Segovia, Alma Beade y Giovanni Rueda

La muerte de un familiar suele tomarnos por sorpresa, y si, al dolor que supone la pérdida de un ser querido, le sumamos realizar los trámites necesarios y desembolsar una fuerte cantidad de dinero para el servicio funerario, la situación puede complicarse y orillar a los deudos a contratar un servicio caro y de mala calidad.

Servicios funerarios

Las agencias funerarias ofrecen servicios prácticamente para cualquier necesidad, gusto o costumbre del cliente, por lo que es posible adquirir desde un ataúd hasta contratar un servicio completo, que incluya aseo estético del cuerpo, embalsamamiento, sala de velación, transportación del difunto y dolientes al cementerio e, incluso mediante una carta poder, tramitación del acta de defunción,

certificado de embalsamamiento, la orden de inhumación o cremación y permiso para trasladar el cuerpo a otro estado o país.

De acuerdo con un sondeo realizado por Profeco del 20 de junio al 13 de julio de 2005, entre 19 agencias funerarias de la Ciudad de México y área metropolitana, las modalidades de contratación ofrecidas son la inmediata y los planes a futuro. En la inmediata, los servicios son prestados en el momento de la contratación y el pago se hace en una sola exhibición.

En los planes a futuro, una parte del precio del paquete se cubre con un enganche y el resto con mensualidades, en un plazo que puede ser de uno hasta cuatro años. Este plan puede ser nominativo (sólo el titular puede uti-

Contratación inmediata de servicios funerarios (Precios por paquete básico)

Estado	Nombre	Inhumación				Incineración			
		Ataúd de madera		Ataúd de metal		Ataúd de madera		Ataúd de metal	
		Velación en domicilio	Velación en agencia	Velación en domicilio	Velación en agencia	Velación en domicilio	Velación en agencia	Velación en domicilio	Velación en agencia
Distrito Federal y área metropolitana	Funerales Angloamericana	2,070	2,530	2,070	2,530	5,750	5,750	5,750	5,750
	Funerarias Sánchez	2,990	3,565	3,450	4,025	3,335	3,910	3,795	4,370
	Funerales Juárez	3,600	4,600	4,300	5,300	4,100	5,100	4,800	5,800
	Funerales Coacalco	4,025	5,175	2,875	4,025	4,255	5,405	4,025	5,175
	Funerales Gris	4,025	4,025	4,370	4,370	3,795	3,795	4,140	4,140
	Velatorios Ramírez	4,370	4,370	5,750	5,750	4,543	4,543	6,153	6,153
	Funerales Zamudio	4,945	4,945	4,370	4,370	5,405	5,405	4,830	4,830
	Funerales Fortanel	5,175	5,750	5,750	6,325	4,025	4,600	4,830	5,405
	Funeraria San Ángel	6,900	7,475	4,600	5,175	7,130	9,200	6,325	6,900
	Agencia de Inhumaciones Díaz	7,475	8,395	4,945	5,865	5,750	6,670	5,865	6,440
	Funerales Ticomán	7,500	8,500	4,500	5,500	10,000	11,000	6,500	7,500
	Funerales Castro	8,050	8,855	4,600	5,175	9,200	9,775	5,865	6,095
	Inhumaciones Riquelme	9,000	9,000	5,000	5,000	9,500	9,500	5,500	5,500
	Funerales Uribe	9,100	9,100	9,100	9,100	9,100	9,100	9,100	9,100
	Funerales Lozano	9,200	9,200	6,900	6,900	10,925	10,925	7,475	7,475
	ISSSTE Velatorio Solidaridad No. 2 *	13,700	13,700	4,387	4,387	12,600	12,600	3,945	3,945
	Funerales Gramen	16,819	18,544	5,520	7,020	16,819	18,544	5,520	7,020
	Jardines del Tiempo	23,224	23,224	12,391	12,391	20,099	20,099	15,442	15,442
	Agencia Eusebio Gayosso (Sullivan)	33,067	33,067	18,373	18,373	33,067	33,067	22,380	22,380
Coahuila	Funerales Espíritu Santo	5,750	5,750	8,625	8,625	ND	ND	13,800	13,800
	Capillas Protecto Deco	6,080	6,080	8,107	8,107	ND	ND	12,431	12,431
	Funerales Rodríguez	6,325	6,325	6,900	6,900	6,900	6,900	7,475	7,475
	Funerales Martínez	13,225	13,225	5,750	5,750	ND	ND	17,825	17,825
Jalisco	Funerarias Celis	ND	ND	10,500	12,000	ND	ND	7,500	8,500
	San Ramón Casa Funeral	7,073	7,080	9,603	9,603	7,073	7,073	9,603	9,603
	Agencia Funeraria San Jorge	7,360	8,050	4,600	5,405	9,395	9,795	5,945	6,345
	Casa Funeral De la Mora	7,797	10,350	4,428	7,418	ND	ND	5,520	8,510
	Misión San José	16,000	16,000	14,900	14,900	18,500	18,500	16,500	16,500
Puebla	Funerales Nava	1,700	3,200	2,500	4,000	3,000	4,500	4,000	5,500
	Funerales Guadalupe	2,000	3,500	2,000	3,500	2,200	3,700	2,200	3,700
	Funerales Garista Ramírez	2,750	3,900	4,000	5,500	6,500	6,500	ND	ND
	Funerarias El Ángel	2,800	2,800	3,500	3,500	5,100	5,100	5,100	5,100
	Funerales Munguía	3,500	3,500	4,500	4,500	3,750	3,750	5,000	5,000
Sonora	Funeraria San Francisco	4,200	5,175	6,000	6,934	ND	ND	11,406	11,406
	Funeraria Ruiz	4,460	5,840	7,165	8,545	ND	ND	9,755	15,390
	Funeraria San Martín	7,475	7,475	7,475	8,625	ND	ND	ND	ND
	Funeraria San Juan	8,800	12,000	4,500	7,500	ND	ND	ND	ND

ND = No disponible.
Precios con IVA.
***** El paquete básico de velación incluye capilla y arreglo del cuerpo.
Precios del 23 de junio al 13 de julio 2005.
Fuente Profeco

lizarlo) o estar abierto (cualquier persona designada por el titular puede hacer uso de los servicios).

Al liquidar su paquete, la agencia funeraria le dará un documento en donde se especifiquen los servicios contratados, que serán los mismos que se convengan en el contrato que firme, los cuales podrá usar en cualquier momento. En caso de necesitar el servicio antes de terminar de pagar, la diferencia se liquida en un solo pago.

En nuestro sondeo encontramos que pocas empresas ofrecen planes a futuro (21%) por lo que este artículo se centra en la contratación inmediata.

¿Cuánto cuesta morir?

Para que usted cuente con un panorama de los costos de los servicios funerarios, del 20 de junio al 20 julio de 2005 Profeco realizó un levantamiento de precios en 38 funerarias de varias ciudades (19 en el Distrito Federal y área metropolitana, cinco en Jalisco, cinco en Coahuila, cinco en Puebla y cuatro en Sonora). A cada funeraria se le planteó el mismo escenario cotizando el siguiente paquete básico[1]:

- Trámite de acta de defunción y permiso para inhumar o cremar.
- Traslado local del cuerpo.
- Ataúd (madera o metálico estándar).
- Sala de velación para 30 personas o instalación en un domicilio particular.
- Traslado de los acompañantes de la agencia o domicilio al panteón.
- Carroza estándar.
- En el caso de cremación, se incluye urna para cenizas.

En la tabla de la página 24 le presentamos los precios que ofrecen las agencias del sondeo para un paquete con estas características. Además, se tuvieron en cuenta los principales factores que influyen en el precio, como el tipo de servicio (inhumación o incineración), el material con que está hecho del ataúd y el lugar en donde se lleva a cabo la velación.

Los estados con mayor diferencia de precios para el servicio de inhumación con ataúd de madera y con velación en el domicilio fueron el Distrito Federal, Coahuila y Jalisco, mientras que Sonora y Puebla tienen menor brecha.

La mayor diferencia de precios para una inhumación con ataúd de metal, se presenta en el Distrito Federal, Jalisco y Puebla.

¿Perpetuo descanso?

En México, la inhumación o entierro es el funeral más común. Aunque, la incineración ha tomado importancia no sólo por razones culturales, sino también por cuestión de espacio, sobre todo en las grandes ciudades.

En un sondeo realizado por Profeco (del 23 de junio al 13 de julio de 2005) en 28 panteones de la Ciudad de México y área metropolitana, se encontró que 79% de los cementerios públicos están a su máxima capacidad. En aquellos donde todavía hay lugares, hay pocos espacios disponibles, por lo que la mayoría han eliminado la "perpetuidad" y sólo ofrecen temporalidad por siete años.

Adquirir un lote por este tiempo tal vez sea lo más económico en el momento, pero considere que después tendrá gastos adicionales. Además del mantenimiento anual, transcurridos los siete años usted deberá pagar la exhumación y volver a enterrar los restos en otro lote, o bien, incinerarlos y comprar un nicho. En el mejor de los casos, usted podrá colocar esos restos con los de otra persona, y deberá pagar por abrir y cerrar ambas tumbas.

En la mayoría de los panteones no se permite que la misma persona o familia renueve el lote cada siete años, y en los que sí es posible, la acción sólo puede realizarse tres veces consecutivas como máximo, es decir, hasta por 21 años. Si al término del plazo usted olvida sacar los restos de su difunto, el cementerio puede hacerlo y disponer de ese lote, en cuyo caso le harán entrega de los restos, tal cual los sacaron o en cenizas. Por lo general, los cementerios establecen un tiempo de reclamación de los restos, después del cual ya no se hacen responsables de ellos.

[1] La Asociación de Propietarios de Funerarias y Embalsamadores del D. F. elaboró este paquete considerando los servicios más solicitados.

En la mayoría de los panteones no se permite que la misma persona o familia renueve el lote cada siete años, y en los que sí es posible, la acción sólo puede realizarse tres veces consecutivas como máximo, es decir, hasta por 21 años.

Para tener en cuenta

- Evite contratar servicios funerarios con "agentes" que lo contacten inmediatamente después del fallecimiento de un ser querido en el hospital o en el Ministerio Público. Estas personas son conocidas como "coyotes" y muchas veces los servicios ofrecidos no están garantizados por una empresa debidamente establecida.

- La persona encargada de hacer los trámites del funeral debe estar lo más tranquila posible, para estar atenta y evitar abusos.

Lotes y criptas

La compra de derechos de uso de lotes y criptas se puede hacer directamente con los panteones o con algunas funerarias que tienen vínculos comerciales con éstos. La principal diferencia entre uno y otro es que en la cripta caben más cuerpos, pero su venta ya no es muy común. Por tal motivo, a continuación le presentamos sólo los precios de lotes.

Foto José Rodríguez

Los trámites

Cuando fallece una persona se deben cumplir ciertos requisitos administrativos para sepultarla o cremarla. Aunque las agencias funerarias cobran por llevar a cabo estos trámites, le aseguramos que si usted los realiza será más económico.

Los trámites

Trámite	Lo emite	Observaciones
Certificado médico de defunción	Médico con cédula profesional	Si el deceso es en alguna **institución médica** o en el **domicilio** del difunto, el médico tratante es quien lo emite. Cuando la persona fallece **en vía pública** o por **muerte violenta,** es necesario dar aviso al Ministerio Público, quien designará a un médico forense para que investigue las causas del fallecimiento. Éste se encargará de expedir el certificado.
Orden de inhumación o incineración y acta de defunción	Juzgado del Registro Civil	Debe presentar certificado médico de defunción e identificación oficial de la persona que efectúa el trámite. El trámite para la orden de inhumación o incineración es gratuito.

Foto José Rodríguez

Para repatriar un cuerpo

Los restos deberán depositarse en un ataúd metálico debidamente sellado, el cual deberá transportarse en un contenedor de madera. Si son cenizas, éstas deberán ponerse en una urna sellada colocada en una estructura sólida.

Para repatriar un cuerpo

Trámite	Lo emite	Observaciones
Acta de defunción	Consulado en el Registro Civil	Debe estar traducida al español por un perito traductor. El trámite es gratuito.
Permiso de tránsito de cadáver	Autoridad local	Debe estar traducida al español por un perito traductor.
Certificado de embalsamamiento	Autoridad sanitaria local	Debe contener licencia del embalsamador, nombre del fallecido, así como el tratamiento que se aplicó al cuerpo. Este certificado debe acompañarse con un documento de **no existencia de enfermedad contagiosa.** En el caso de restos áridos, no se requerirá de este certificado.
Visado de certificación de embalsamamiento y tránsito de cadáver	Consulado	Presentar original y copia del permiso de tránsito de cadáver, copia de acta de defunción certificada y apostillada, así como certificado de embalsamamiento apostillado. Si el difunto murió por muerte violenta se debe presentar, además, el certificado oficial del médico forense. El trámite es gratuito.

Lotes en contratación inmediata (Precios en panteones del D. F. y aréa metropolitana)

Tipo de panteón	Nombre	Núm. de personas	Temporalidad	Precios por ubicación				Costo de otros servicios			
				Centro	Esquina	Al fondo	Indiferente	Apertura de fosa	Cierre de fosa	Construcción de bóveda	Mantenimiento anual
Privados	Panteón Americano	2	Perpetuidad	17,240	13,240	11,240	-	214	214	1,100	550
	Cementerio Británico	3	Perpetuidad	-	-	-	25,800	1,725	-		452
	Jardines del Recuerdo	2 4	Perpetuidad	- 58,788	- 47,610	- 43,056	28,566 -	Se incluye	Se incluye		1,086
	Panteón Francés de la Piedad	2	Perpetuidad	50,400	42,000	-	-	2,040	-		450
	Nuevo Panteón Jardín	2	Perpetuidad	-	-	-	14,240	Se incluye	Se incluye		259
	Jardines del Tiempo "Parque Memorial"	2	Perpetuidad	59,168	36,975	-	20,706	3,600	-		Se incluye
	Jardines del Tiempo "Los Cipreses"	2	Perpetuidad	59,168	36,975	-	20,706	2,853	-		Se incluye
Públicos	Panteón San Isidro	1	7 Años	-	-	-	59	Se incluye	Se incluye		No se cobra
	Panteón Santa Fe	2	7 años	-	-	-	92	Se incluye	-		

Precios con IVA. Precios del 23 de junio al 13 de julio 2005. / **Fuente** Profeco

Como se muestra en las tablas, los precios varían dentro del mismo cementerio de acuerdo con la ubicación del lote (centro, esquina, al fondo, indistinto). Las diferencias van desde 16% hasta 37%; los que se ubican en el centro del panteón son los que tienen precios más elevados.

Existen algunos panteones (Jardines del Recuerdo y Nuevo Panteón Jardín) que incluyen servicios adicionales, como la construcción de la bóveda, y la apertura y cierre de fosa.

En cuanto al mantenimiento, le recomendamos preguntar qué incluye, pues la mayoría de los panteones lo utilizan para cubrir gastos fijos como agua, luz, sueldos, etc., sin contemplar el mantenimiento de la tumba o cripta en sí. Usted deberá contratar los servicios de manera independiente, incluso con trabajadores del cementerio, para conservar la tumba en buenas condiciones.

Nichos

Los nichos son pequeños espacios en donde se colocan las urnas con las cenizas del difunto. Comúnmente se encuentran dentro de iglesias, funerarias o panteones y, a diferencia de los lotes, la adquisición de un nicho es generalmente a perpetuidad, sin que el precio varíe por la ubicación.

En el caso de las iglesias, a pesar de que muchas ofrecen la "venta" o la "entrega en propiedad" de los nichos, lo que se otorga es sólo una concesión de uso, por un determinado tiempo, a cambio de un "donativo".

Los panteones públicos ofrecen más espacio para colocar un número mayor de urnas y tienen precios más económicos. Sin embargo, no se encontró una relación entre el número de urnas y el precio.

Nichos en contratación inmediata (Precios en panteones del D. F. y área metropolitana)

Tipo de panteón	Nombre	Núm. de urnas (A)	Temporalidad	Precio (B)	Precio unitario (A/B)	Precio de otros servicios		
						Apertura de nicho	Cierre de nicho	Costo anual de mantenimiento
Privados	Panteón Americano	4	Perpetuidad	7,000	1,750	Incluido		3,000*
	Cementerio Británico	6		4,000	667			226
	Jardines del Recuerdo	2		12,006	6,003			Incluido
	Panteón Francés de la Piedad	8		6,500	813	600		450
	Nuevo Panteón Jardín	6		3,418	570	Incluido		Incluido
	Jardines del Tiempo "Los Cipreses"	2		21,992	10,996	1,830		
		4		49,346	12,337			
Públicos	Panteón San Isidro	8	Refrendable cada 7 años	3,000	375	Incluido		
	Panteón Civil San Nicolás	8		2,035	254			
	Panteón San Jerónimo	6		600	100			

Precios con IVA. Precios del 23 de junio al 13 julio de 2005. **Fuente:** Profeco / * Sólo pagando con tarjeta de crédito. Precio para el 2005.

Los panteones públicos ofrecen más espacio para colocar un número mayor de urnas y tienen precios más económicos.

Foto José Rodríguez

Al contratar lotes o nichos...

- El panteón debe proporcionarle el reglamento interno.
- En la compra de derechos de uso de lotes o nichos, tenga por escrito la vigencia de los derechos.
- Al concluir el pago de los derechos de uso pida su **título de derecho de uso.**
- Recuerde que al adquirir un lote a perpetuidad también está adquiriendo el compromiso de pagar una cuota de mantenimiento anual, cuyo monto, fecha, y lugar de pago deben quedar especificados en el contrato.

Recomendaciones al contratar planes a futuro

Verifique lo siguiente de conformidad con la NOM-036-SCFI-2000:

- Antes de contratar, el proveedor debe informarle el lugar en donde se prestarán los servicios, la especificación de los servicios seleccionados y en su caso los cobros o derechos adicionales que debe cubrir.
- También se debe especificar si las instalaciones del panteón o cementerio están construidas o en construcción, y el plazo de terminación prevista, la facultad del consumidor de ceder o transferir los derechos de los servicios contratados, el procedimiento a seguir y en su caso el cargo que se origine por este proceso, la designación de un titular sustituto que pueda decidir sobre la utilización de los servicios cuando el titular esté imposibilitado para hacerlo (dicha designación puede modificarse en cualquier momento) y el derecho que tiene de rescindir el contrato dentro de los 5 días hábiles siguientes a su firma, sin menoscabo de los pagos realizados.
- Si el proveedor presta servicios a través de terceros debe contar con el contrato de comisión mercantil que respalde que éstos prestarán el servicio, especificándose en el contrato el nombre y datos de localización de estas empresas, mismas que firmarán también el contrato que entregue el proveedor.
- Asimismo, deberán informarle con respecto a las garantías que ofrece el proveedor para respaldar el cumplimiento de los servicios contratados.

Actualmente la Norma Oficial Mexicana NOM-036-SCFI-2000, se encuentra en proceso de revisión en la Secretaría de Economía.

Glosario

Foto Archivo

Apostillar
Acto por el cual se pretende dar efectos jurídicos a documentos públicos en un país distinto a aquel en el que fueron expedidos.

www.fuenterrebollo.com

Embalsamar
Se refiere a la desinfección y preservación de cadáveres mediante los procedimientos sanitarios previstos en las disposiciones aplicables.

Foto José Rodríguez

Inhumar
Es el acto de sepultar o depositar un cadáver, restos humanos y restos humanos áridos en una fosa o tumba, gaveta o cripta.

Foto Archivo

Incinerar
Proceso mediante el cual un cadáver, restos humanos o restos humanos áridos se someten a altas temperaturas con objeto de reducirlos a cenizas.

Foto José Rodríguez

Lote o cripta
Espacio subterráneo en el que se depositan los cadáveres.

Restos humanos áridos. Osamenta remanente de un cadáver como resultado del proceso natural de descomposición.

Antes de contratar, el proveedor debe informarle el lugar en donde se prestarán los servicios, la especificación de los servicios seleccionados y en su caso los cobros o derechos adicionales que debe cubrir.

El que quiera azul celeste...

Con el fin de conocer las preferencias de los consumidores sobre su propio servicio funerario, del 21 al 26 de julio de 2005, Profeco realizó un sondeo a 184 personas mayores de 25 años en el Distrito Federal.

La mitad de los encuestados quisieran un servicio funerario de incineración, con ataúd de madera y velación en agencia. Este servicio funerario es precisamente el de mayor costo; por lo que, sólo nos queda recomendarle que si usted comparte esta preferencia, comience ahorrar para que su deseo se cumpla al pie de la letra.

Si usted quiere mayor información sobre este sondeo, consúltelo en www.profeco.gob.mx, en la sección Mirador del consumo.

A la hora de contratar...

- Visite personalmente las instalaciones de la agencia funeraria y del panteón con los que hará el trato.
- Revise personalmente el ataúd y la urna antes de comprarlos, no tome una decisión sólo con verlos en catálogo.
- En caso de incineración puede rentar un ataúd. Revise cuidadosamente el sello de seguridad, que no tenga manchas de sangre, que esté bien pintado y con forro nuevo. De preferencia solicite el visto bueno que emite la Secretaría de Salud para reutilizar dicho ataúd.
- Los establecimientos deben tener a la vista las tarifas de los principales servicios y productos ofrecidos.
- Se le debe presentar un presupuesto por escrito, para que al contratar le respeten los precios establecidos.
- El proveedor tiene la obligación de expedir una factura o comprobante de pago, en el que deberá especificar las características de los productos y servicios contratados, así como su precio.
- El proveedor puede ofrecerle planes muy llamativos, sin embargo, elija un paquete que cubra sus necesidades. Recuerde que la empresa no puede condicionar la contratación de sus servicios.
- Verifique que el contrato de la empresa esté registrado ante Profeco (debe contener los datos registrales, entre ellos el número y fecha del registro otorgado).
- Para saber más sobre los requisitos de información en la contratación de servicios funerarios establecidos en la NOM-036-SCFI-2000 consulte la sección Mirador del consumo de nuestro sitio en internet: www.profeco.gob.mx.
- Si el proveedor incumple con lo establecido en el contrato, comuníquese al Teléfono del Consumidor 01-800-468-8722, o bien, acuda a la delegación Profeco más cercana para presentar su queja.

Estas y otras recomendaciones las podrá encontrar en la sección Recomendaciones de compra en nuestro sitio en internet: www.profeco.gob.mx/html/recomen/recomenda.htm

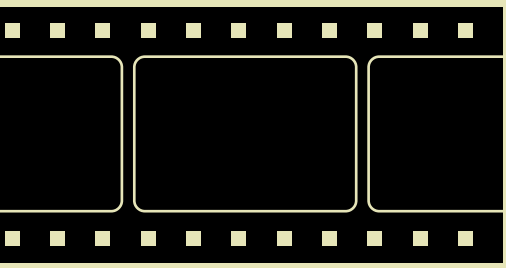
Fuente Asociación Nacional de Propietarios de Funerarias y Embalsamadores • Norma Oficial Mexicana NOM-036-SCFI-2000 • Ley General de Salud • Ley de Salud para el Distrito Federal • Reglamento de Cementerios del Distrito Federal • Dirección General de Estudios sobre Consumo, **Profeco**

Foto José Rodríguez

Otras consideraciones

- **Antes de que proceda la cremación usted deberá quitar los objetos personales de valor, como joyas o recuerdos, del cuerpo de la persona fallecida.**
- **El personal de la funeraria se encargará de sacar los marcapasos, prótesis, implantes mecánicos, etcétera, antes de la cremación, puesto que estos objetos pueden lastimar al personal que trabaja en el crematorio o dañar los hornos.**
- **Cuando el fallecimiento de la persona fue por accidente o violencia, el cuerpo no se puede cremar porque se eliminan evidencias.**
- **Pregunte por el servicio de preparación y cuidado del cuerpo, algunas funerarias lo incluyen en el precio total, otras lo cobran como servicio adicional.**
- **Algunas funerarias tratarán de convencerlo de embalsamar al difunto aunque no sea necesario, y así cobrarle el servicio. No se deje engañar, este proceso es obligatorio sólo en casos especiales, como muerte por enfermedad contagiosa (sida y gangrena gaseosa, entre otras), para trasladar el cuerpo a un lugar lejano, por las condiciones climáticas del lugar, velación por varios días o por solicitud de alguna autoridad.**
- **Si después de una cremación piensa donar el ataúd, usted debe llenar una forma; por lo general, las funerarias tienen vínculos con instituciones de beneficencia.**

Sistemas de teatro en casa con DVD



Los sistemas recientes de teatro en casa pueden hacer de su hogar su sala de cine predilecta. En el presente estudio, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor le informa sobre la calidad de estos sistemas y algunas recomendaciones para seleccionar el equipo que más se adecue a sus necesidades.

Foto José Rodríguez

¿Siente que a la sala de entretenimiento de su casa le hace falta el sonido ambiental propio de las salas de cine, en las cuales los efectos sonoros parecen provenir de su alrededor? Podemos informarle que los sistemas recientes de teatro en casa, con reproductor DVD integrado, ponen a su alcance el sonido ambiental de 5.1 canales con el cual vienen grabadas las películas en formato DVD. Para ello, incluyen un reproductor DVD integrado, un amplificador de audio y el juego de cinco altavoces más un *subwoofer* (para realzar los efectos sonoros de baja frecuencia) que se colocan alrededor del escucha. Todo esto con una calidad de video que, en la mayoría de los casos, es excelente.

Fotos José Rodríguez

El estudio

Se analizaron sistemas de teatro en casa con reproductor DVD integrado que incluyen el juego de cinco altavoces más el *subwoofer* necesarios para recrear el sonido ambiental de 5.1 canales. No se analizaron los sistemas de teatro en casa que sólo constan de un receptor/amplificador, ya que por su diseño modular, requieren de adquirir por separado el reproductor DVD, lo cual los ubica en otra categoría.

Para determinar los desempeños y características de las diez marcas analizadas, se aplicaron esencialmente las cuatro pruebas descritas a continuación:

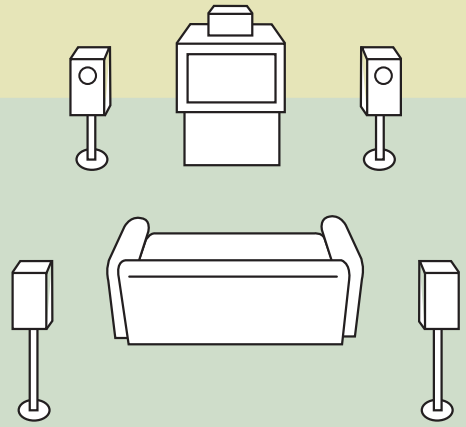
Calidad del audio (amplificador). La calidad de sonido que ofrece un equipo de audio es soportada primero por la calidad de su amplificador de audio y luego por la calidad de sus altavoces. Para analizar el amplificador, en nuestro Laboratorio creamos un DVD con señales de audio de prueba grabadas en Dolby Digital® AC3, que contiene los 5.1 canales de audio de las películas grabadas en DVD. Los aspectos evaluados fueron: fidelidad, ruido, separación de canales y potencia de salida por canal.

Calidad del audio (altavoces). Para realizar esta prueba, los altavoces se colocaron dentro de una cámara aislada del ruido exterior. Al reproducir tonos de prueba a través de cada altavoz, se midió la distorsión del audio, así como su capacidad para reproducir con buen nivel todas las frecuencias audibles para el oído humano.

Calidad del video. Dado que estos equipos reproducen además video, se midieron los mismos parámetros que un reproductor DVD convencional: fidelidad con que los equipos reproducen el color grabado en los discos DVD, su brillo e intensidad.

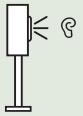
Atributos. Las tablas informan sobre las funciones y atributos relevantes verificados en nuestro Laboratorio.

Para sonorizar adecuadamente su sala

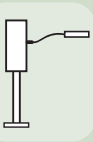


Para recrear el sonido ambiental digital de 5.1 canales de las películas DVD se requiere ubicar dos altavoces, los frontales, a la izquierda y derecha de su televisor; otros dos, los traseros (*surround*), detrás y a la altura del escucha –también a izquierda y derecha–, y un altavoz central que debe colocarse al centro de su televisor; así se tienen 5 canales de audio separados. El canal denominado .1 –el *subwoofer*, que realza los efectos sonoros de baja frecuencia– deberá ubicarse cerca de la pared en donde se encuentre el televisor o los altavoces frontales (nunca a igual distancia entre dos paredes).

Una vez instalados los altavoces en su sala, considere las siguientes recomendaciones para optimizar el sonido:



◗ **Ubique los altavoces a una altura que concuerde con los oídos del escucha** y diríjalos hacia él como lo recomiende el fabricante.



◗ **Tenga especial cuidado al conectar los altavoces con el amplificador**; respete la polaridad; asegúrese de que las conexiones hagan buen contacto y verifique que cada altavoz (frontal, central, trasero, etc.) haya sido conectado a la salida correspondiente.

◗ **Evite colocar los altavoces entre libros o dentro de gabinetes**. Lo mejor es adquirir pedestales o soportes para fijar los altavoces en su posición sin obstruirlos. Si el modelo de su gusto no cuenta con pedestales o soportes, considere que la mayoría de las marcas le ofrecen estas partes por separado; o visite una tienda de audio profesional donde encontrará otras soluciones.

◗ **Acondicione su sala de manera que no entre demasiada luz durante la película**; recuerde que este tipo de equipos busca recrear una sala de cine en su casa, es decir, una sala en penumbra. Una vez ajustada la iluminación, ajuste el brillo y contraste de su televisor a las nuevas condiciones ambientales.

◗ **Ajuste el sistema a las dimensiones de su sala**, la mayoría de los sistemas analizados cuentan con un menú (*setup*) que le permitirá ingresar las distancias a las cuales ubicó los altavoces. De no hacerlo, el sonido podría no reproducirse con el efecto ambiental adecuado o ser demasiado intenso o muy bajo. Luego ajuste el nivel de intensidad de cada altavoz; para ello emplee el tono de prueba que el mismo equipo provee.

S-video

◗ **Cuando conecte el sistema a su televisor, prefiera la salida de video por S-Video o por video componentes** (Y, P_B, P_R), ambas ofrecen una mejor calidad de video que la clásica salida de video compuesto RCA y son compatibles con todos los televisores (siempre y cuando cuenten con las entradas respectivas), ya que el video proporcionado es del tipo “entrelazado”, así llamado por la manera en que se forma la imagen en la pantalla. Si selecciona la de video componentes, considere que puede, además de proporcionar video entrelazado, video progresivo; este último mejora aún más el video, sobre todo en escenas con movimiento y elimina el ruido alrededor de los objetos mejorando la definición de las imágenes. Sin embargo, no todos los televisores soportan video progresivo.

Ficha técnica

Fecha de realización del estudio: 1 de julio al 5 de septiembre de 2005
Periodo del muestreo: 11 de julio al 24 de agosto del 2005
Marcas/modelos analizados: 10/10
Núm. total de pruebas/ensayos: 245/2450

Normatividad y métodos de prueba

NOM-001-SCFI-1993. Aparatos electrónicos. Aparatos electrónicos de uso doméstico alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica. Requisitos de seguridad y métodos de pruebas para la aprobación del tipo.
NOM-024-SCFI-1998. Información comercial, instructivos y garantía para los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos de fabricación nacional e importados.
NOM-008-SCFI-2002. Sistema General de Unidades de Medida.

Sistemas de teatro en casa

Quién es Quién en los precios

Marca / Modelo / País de origen	Potencia de salida■ / Núm. de discos◆ / Tipo de *subwoofer* / Tipo de altavoces❖	Evaluación global	Audio		Video	Ciudad de México			
			Amplificador	Altavoces		Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
Bose / Lifestyle 28 Series II / México	50 W, 50 W, 50 W, 150 W / 1 / Activo / Cúbicos	E	E	E	E	32,799.00	Audio Mundo y Bose		
Onkyo / DR-S2.2 / Japón❁	40 W, 40 W, 40 W, 40 W / 1 / Activo / Cúbicos	E	E	E	E	11,019.00	Audio Mundo	13,840.00	Liverpool
Samsung / HT-TP33 / China	75 W, 75 W, 80 W, 120 W / 1 / Pasivo / Pedestal	MB	MB	MB	E	4,390.00	Hermanos Vázquez	5,659.00	Sanborns
Sony / DAV-DX150 / Corea	133 W, 133 W, 133 W, 135 W / 5 / Pasivo / Cúbicos	MB	MB	MB	E	4,698.00	Majestic	5,840.00	Palacio de Hierro
LG / LH-T6740 / China	90 W, 90 W, 90 W, 150 W / 1 / Pasivo / Pedestal	MB	B	MB	E	4,156.00	Hermanos Vázquez	6,499.00	Sanborns
Panasonic / SC-HT680 / Singapur	55 W, 55 W, 160 W, 220 W / 5 / Pasivo / Cúbicos	MB	B	MB	E	3,599.00	Famsa	3,599.00	Famsa
Philips / HTS3410D/55 / China	50 W, 50 W, 50 W, 80 W / 1 / Pasivo / Cúbicos	MB	B	MB	E	2,899.00	Costco	3,769.00	Sanborns
Sharp / HT-X1 / China*	100 W, 100 W, 50 W, 50 W / 1 / Activo / Cilíndricos	MB	B	MB	MB				
RCA / RTD160 / China	30 W, 30 W, 30 W, 50 W / 1 / Pasivo / Cúbicos	B	B	B	E				
Daewoo / DHC-XD600NT /China	50 W, 50 W, 50 W, 50 W / 3 / Pasivo / Cúbicos	B	B	B	B	3,199.00	Sanborns		

Notas
■ RMS por canal (frontales, traseras, central, *subwoofer*) declarado por el fabricante.
◆ Núm. de discos que puede almacenar el equipo (más de uno cuando cuenta con cambiador).
❖ Frontales y traseros.
❁ El modelo analizado incluyó el juego de altavoces Onkyo modelo HTTP-2.

Simbología

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien

Atributos de sistemas de teatro en casa

Marca / Modelo	Compatibilidad							Conectividad					
	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	b1	b2	b3	b4	b5	b6
Bose / Lifestyle 28 Series II	✔						∂	4	1	1	1	4	
Daewoo / DHC-XD600NT	✔						✔	1	1		1		✔
LG / LH-T6740	✔	✔	✔	✔	✔	✔	✔	2			1	1	✔
Onkyo / DR-S2.2							✔	4	1		1	1	✔
Panasonic / SC-HT680	✔	✔	✔	✔	✔	✔	✔	1∑					✔
Philips / HTS3410D / 55	✔	✔	✔			✔	✔	2∑		1			✔
RCA / RTD160	✔	✔	✔		✔	✔	✔	2∑					
Samsung / HT-TP33	✔	✔	✔	✔	✔	✔	✔	2			1		✔
Sharp / HT-X1	✔	✔	✔		✔	✔	✔	1∑			1		✔
Sony / DAV-DX150	✔	✔				✔	✔	1∑					✔

Atributos

Compatibilidad con
a1 DVD-RW
a2 DVD+R
a3 DVD+RW
a4 DVD-Audio
a5 Audio WMA
a6 Fotos JPEG en CD-R
a7 Dolby Prologic II®

Conectividad
b1[XX] XX entradas auxiliares A/V estéreo.
b2[XX] XX salidas ópticas digitales de audio.
b3[XX] XX salidas coaxiales digitales de audio.
b4[XX] XX entradas ópticas digitales de audio.
b5[XX] XX entradas coaxiales digitales de audio.
b6 Salida para audífonos.

Notas
- Todos los modelos reproducen:
  * Audio digital de 5.1 canales (Dolby Digital® AC3 y DTS®).
  * Películas de la región 1 y 4.
  * Audio y/o video grabados en CD-R, CD-RW y DVD-R.
  * Audio en CD-MP3 y video en VideoCD (VCD).
- Todos los modelos ofrecen:
  * Salidas de video compuesto, video por componentes y S-Video.
  * Salida de video con escaneo progresivo (excepto el modelo DHC-XD600NT de Daewoo).
  * Sintonizador de radio AM/FM (excepto el modelo DHC-XD600NT de Daewoo).
  * 1 año de garantía.
- El modelo SC-HT680 de Panasonic es compatible con discos DVD-RAM.
- El modelo HT-TP33 de Samsung reproduce video comprimido en formato DivX®, cuenta con entrada USB compatible con reproductores MP3, memorias flash con imágenes, etc.
- El modelo LH-T6740 de LG reproduce video comprimido en formato DivX®.
- El modelo LifeStyle 28 Series II de Bose proporciona un kit (micrófono+DVD) para ajustar su sistema a la acústica de su sala. Tiene entradas adicionales de video compuesto y S-Video. Cuenta con sensor infrarojo para apagar/encender su televisor al mismo tiempo que use su teatro en casa reproduciendo video.

∂ Ofrece un sistema de sonido envolvente a partir de fuentes de audio estéreo o monoaurales llamado Videostage 5®.
∑ Solo audio.

Observación: Para la reproducción de fotos JPEG, audio MP3 y WMA y compatibilidad con discos DVD+R/RW existen restricciones dadas por cada fabricante, lo cual significa que bajo ciertas condiciones alguno de los modelos podría no reproducir tales archivos o discos.

Precios mínimos y máximos de sistemas de teatro en casa en las ciudades de México, León y Mérida

Precios levantados del 26 de agosto al 15 de septiembre de 2005

León				Mérida			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
				13,840.00	Liverpool		
4,394.00	Ryse	4,499.00	Costco	5,199.00	Sears		
5,219.00	Fábricas de Francia y Sears			4,559.30	Sony Shop	5,219.00	Liverpool
5,999.00	Sears			5,949.00	Liverpool		
3,599.00	Famsa	4,499.00	Coppel	3,599.00	Foto Contino de Veracruz	4,769.00	Chapur
2,984.00	Mega Comercial Mexicana	3,499.00	Coppel	2,899.00	Costco	3,769.00	Sanborns
2,599.00	Radio Shack						
				3,199.00	Sanborns		

***** No se encontró el producto en las tiendas visitadas.

Recomendaciones de compra

- **Verifique los atributos que realmente va a usar** para que no adquiera un modelo con funciones que no utilizará –que le costarán–, o que carezca de las que necesita. La tabla de atributos le ayudará en esta tarea.
- **Si cuenta con otro equipo de video o audio con salida de audio óptica digital**, y quiere amplificar su sonido con el sistema de teatro en casa, entonces **prefiera aquellos modelos que cuenten con la entrada óptica digital**.

Recomendaciones de uso

- **Nunca obtendrá un sonido y video de buena calidad si acostumbra adquirir películas piratas**, aunque éstas hayan sido grabadas en un DVD-R o DVD+R.
- **Todos los modelos presentan un sistema de protección de copiado**. Cuando se insertan películas protegidas, si la salida de video del sistema de teatro en casa se conecta al televisor a través de una videograbadora, la imagen se distorsionará; para solucionar esto, conecte directamente la salida de video a su televisor.
- **Cuide su equipo**. No lo coloque en superficies inclinadas o inestables, en áreas con exceso de humedad, calor, polvo o luz directa del sol; tampoco le coloque encima otros aparatos que impidan la disipación de calor. Mantenga una ventilación adecuada en el área donde coloque el sistema de teatro en casa.
- **Maneje con cuidado los discos que inserte en su reproductor DVD**, colóquelos en la bandeja correctamente para evitar que se rayen y no los limpie con sprays limpiadores, hágalo con un paño suave desde el centro hasta el borde.
- **No intente abrir su aparato para revisarlo en caso de falla**. Además de perder la garantía, puede resultar peligroso por el riesgo de descarga eléctrica o la exposición de su vista a los rayos láser.

Foto José Rodríguez

Glosario

DivX®. Formato de video digital comprimido desarrollado por DivX Networks Inc.

Dolby Digital®. Sistema de compresión de la pista de audio de una película, que permite almacenar desde 2 hasta 5.1 canales de audio por separado. Es el más popular.

Dolby Prologic II®. Sistema de audio que permite reproducir un sonido ambiental envolvente a partir de una pista de audio estéreo.

DTS®. Sistema de compresión de audio de 5.1 canales de alta calidad.

DVD. Significa Disco Versátil Digital y se refiere a cualquier tipo de disco DVD que puede almacenar datos y/o audio y/o video.

DVD-Audio. Sistema de compresión de audio de alta calidad que puede almacenar hasta 5.1 canales, no es compatible con el DVD-Video por lo que el reproductor debe especificar si lee o no este tipo de discos. Este formato es mejor que el CD-Audio y compite en calidad directamente con el SACD. Existen pocos títulos grabados en ambos formatos.

DVD-Video. Es un DVD en el que se graba video. Las películas actuales se graban en este formato.

Escaneo progresivo (Progressive Scan). Salida de video que permite ver una imagen más nítida en televisores compatibles con esta función.

MPEG-2. El video de las películas en DVD se graba mediante este sistema de compresión.

MP3 (MPEG Audio Layer 3). Formato de grabación de audio que comprime la información de manera que el archivo de audio ocupe menos espacio.

WMA® (Windows Media Audio). Formato de grabación de audio comprimido que ofrece mejor calidad que el formato MP3.

Salida de video por componentes. Salida de video mejorada que se realiza a través de un cable con tres conectores (Y, P_B, P_R).

SACD (Super Audio CD). Formato de compresión de audio de alta calidad de 5.1 canales (vea DVD-Audio).

THX®. Cuando una película presenta este logo, significa que cumple con estándares de alta calidad en grabación de audio y video establecidos por Lucasfilm Inc. En sistemas de teatro en casa que presentan este certificado, señala que el diseño electrónico y calidad de sus componentes cumplen también con estándares de muy alta calidad.

Conclusiones y recomendaciones generales

No todas las películas y conciertos filmados –aunque se hayan grabado en audio digital de 5.1 canales– **necesariamente ofrecen un audio excepcional**; de hecho, muy pocas lo logran. El sonido DTS® es reconocido por los expertos por ofrecer una mejor calidad que el Dolby Digital®, y más si la película tiene el certificado THX® de Lucasfilm. En este caso, sólo los mejores modelos analizados le ofrecerán la posibilidad de aprovechar esta calidad de audio al máximo. Por otro lado, la mayoría de las películas sólo cuentan con audio en Dolby Digital®, es decir, a menos que sea usted todo un audiófilo, el resto de los equipos analizados le ofrecerán la calidad necesaria.

Todos los modelos analizados son aptos para reproducir películas grabadas en DVD y proporcionar un sonido ambiental de 5.1 canales, ya que todos reproducen el sonido Dolby Digital® AC3 y el sonido digital DTS®.

Los modelos evaluados son multirregión, es decir, pueden reproducir discos comercializados para el mercado nacional (región 4) y para el mercado de los Estados Unidos de América (región 1).

Todos los modelos analizados cuentan con una potencia aceptable para sonorizar un cuarto de aproximadamente 5 × 5 metros. Sin embargo, conviene tomar en cuenta que la potencia de salida declarada por canal por el fabricante es mayor que la que en realidad se obtiene cuando se reproduce la pista de audio de una película o un concierto, esto se debe principalmente a que los fabricantes de este tipo de equipos prueban por separado y en condiciones óptimas cada canal; es decir, no prueban todos los canales a la vez.

Los sistemas de teatro en casa analizados incluyen tres tipos de salida de video, la estándar conocida como video compuesto (el conector es tipo RCA color amarillo); la de S-Video, que es mejor, y por video componentes (tres conectores de salida tipo RCA de colores verde, azul y rojo). Esta última es compatible con video progresivo en todos los modelos analizados (excepto el DHC-XD600NT de Daewoo).

De los diez modelos analizados, el LifeStyle 28 Series II de BOSE y el DR-S2.2 de Onkyo, ofrecen un sonido ambiental digital de 5.1 canales de muy alta calidad. Ambos modelos ofrecen gran cantidad de entradas auxiliares para conectarles otros aparatos como reproductores de CD, reproductores MP3 o inclusive la salida de audio digital de otro reproductor DVD. El resto de las marcas ofrecen modelos más sencillos que recrean de manera aceptable a muy buena el sonido ambiental digital de 5.1 canales.

El modelo LifeStyle 28 Series II de BOSE le ofrece altavoces cúbicos que están especialmente diseñados para dirigir el sonido que emite cada uno de ellos en dos direcciones diferentes; siguiendo las recomendaciones del fabricante y del DVD de calibración que incluye, se puede adaptar de manera sencilla todo el sistema a la acústica propia de su sala –el comportamiento del sonido con base en los materiales de sus muebles y dimensiones del cuarto– para lograr el mejor sonido posible.

Los modelos analizados pueden reproducir música en formato MP3 y ofrecen sintonizador de radio AM/FM (excepto el DHC-XD600NT de Daewoo).

Los modelos HT-TP33 de Samsung y LH-T6740 de LG ofrecen altavoces frontales y traseros montados en pedestales; el SC-HT680 de Panasonic ofrece pedestales para los frontales, de esa manera el sonido se emite a la altura del oído del escucha y le facilita esta parte de la instalación de su equipo. El resto de los modelos ofrecen altavoces que deberán ser ubicados de preferencia en soportes fijos a la pared o pedestales adquiridos por separado.

La marca Onkyo ofrece el juego de altavoces modelo HTTP-2 para su modelo DR-S2.2 que analizamos, sin embargo, y debido que esta marca maneja por módulos sus partes, es posible adquirir en su lugar otros juegos de altavoces más sofisticados.

Los modelos SC-HT680 de Panasonic, HT-TP33 de Samsung y LH-T6740 de LG pueden reproducir música grabada en formato DVD-Audio, el cual ofrece una calidad superior respecto al CD-Audio. Algunos conciertos y óperas están grabados en este formato.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor al 3004-4584 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio en internet www.profeco.gob.mx

Centros de lavado

Foto José Rodríguez

Aunque los centros de lavado son relativamente nuevos en el mercado nacional, su presencia es cada vez mayor, por lo que el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor realizó el presente estudio para informarle sobre la calidad, variedad y características de estos enseres.

La falta de espacio en los hogares modernos ha obligado a aprovechar al máximo las áreas disponibles. Una consecuencia de lo anterior, ha sido el rediseño de las zonas y máquinas dedicadas al lavado y secado de ropa, lo que dio por resultado compactar en una sola unidad la lavadora y secadora para que ocupen un espacio no mayor a un metro cuadrado por dos de altura.

El estudio

Se analizaron cinco modelos de cuatro marcas de centros de lavado de uso doméstico, con capacidad de carga declarada de 8 a 12 kg. Todos incluyen lavadora automática con sistema de lavado tipo agitador y de tambor, así como secadora de gas. Cada modelo fue sometido a 12 pruebas cuyos resultados se agruparon en los siguientes rubros:

Información al consumidor
Se verificó que todas las muestras analizadas presentaran en una etiqueta adherida y en español toda la información referente al fabricante o importador, así como las características eléctricas de las lavadoras. Todas cumplieron con la información obligatoria.

Instructivos y garantías
Se revisaron los instructivos y garantías de los equipos; se verificó que incluyeran la forma de hacer efectiva dicha garantía, su duración, los conceptos que cubre, las limitaciones de la misma y los centros de servicio autorizados. Todos cumplieron.

Acabados
Se verificó visualmente que los equipos no presentaran aristas pronunciadas, bordes filosos o punzocortantes y/o rebabas; que el ensamble de sus partes fuera el adecuado para su correcto funcionamiento; y que no presentaran defectos en la pintura o recubrimiento en el cuerpo, tapas, controles, tinas, mangueras y conexiones entre las piezas que lo integran. Todas las muestras cumplieron satisfactoriamente.

Seguridad eléctrica
Se verificó que, en condiciones normales de operación, el aparato no presentara riesgos de choques eléctricos para el usuario. También se verificó que en condiciones de máxima exigencia, los aislamientos del sistema eléctrico no sufrieran daños.

Consumo de energía
Con la lavadora operando al 75% de carga de ropa, el nivel máximo de llenado de la tina y en el ciclo de lavado mayor, se midió el consumo de energía en kilowatts/hora del ciclo completo (ésta es la unidad que se maneja en su recibo de luz).

Eficiencia de lavado
En una carga de ropa que incluía sábanas, fundas de almohadas y toallas, se colocaron muestras de tela manchadas con grafito, aceite mineral, salsa de tomate, chocolate con leche y vino tinto. Terminado el ciclo de lavado se midió el grado de remoción de las manchas.

Eficiencia de enjuagado
Se determinó su eficiencia al medir la alcalinidad residual del agua después del enjuague.

Eficiencia del exprimido
Se midió la diferencia de peso entre la ropa seca y la ropa húmeda, después de completar el exprimido.

Eficiencia de secado
Se determinó la eficiencia de secado midiendo la cantidad de agua eliminada de una carga de ropa húmeda en un ciclo de secado.

Consumo de gas
Se midió el consumo de gas de cada secadora al secar una carga de ropa en un ciclo de secado con calor máximo.

Ruido
Se midió la cantidad de ruido que generan estos productos en condiciones normales de operación.

Atributos y accesorios
Se reportan los atributos y accesorios principales con que cuentan los centros de lavado analizados.

Centros de lavado domésticos

Marca / Modelo / País de origen	Capacidad de carga (kg)		Instructivo / Garantía	Evaluación	Acabados	Consumo de energía	Eficiencia de lavado	Eficiencia de enjuagado	Eficiencia de exprimido	Eficiencia de secado	Ruido* (dB)	Características	
	Indicada	Real										Lavadora	Secadora
Easy / WSM2782WE / E. U.	10.0	5.38	Completo / 1 año	**E**	E	MB	E	E	MB	E	63	1.3, 2.3, 3.3, 6, 7, 8, 9	A.3, B.2, C, D, E, G
GE / WSM2782WWW / E. U.	10.0	5.58	Completo / 1 año	**MB**	E	MB	MB	E	E	E	62	1.3, 2.3, 3.3, 6, 7, 8, 9	A.3, B.2, C, D, E, G
Maytag / LSG7806AAE / E. U.	8.0	5.14	Completo / 1 año	**MB**	E	E	MB	E	E	E	63	1.3, 2.3, 3.3, 5, 7, 8, 9, 10	A.6, B.2, C, D, E, G
Maytag Neptune / MLG2000AWW / E. U.	12.0	7.18	Completo / 1 año	**MB**	E	E	MB	B	MB	E	58	1.3, 2.4, 3.2, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12	A.5, B.3, C, D, E, F, G, I
Whirlpool / 7MLTG8234PQO / E. U.	8.0	6.1	Completo / 1 año	**B**	E	MB	B	E	E	E	62	1.5, 2.3, 3.4, 5, 8, 9, 10	A.7, B.2, C, D, E, F, G, I

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien

Foto José Rodríguez

Características:

En la lavadora
1. Núm. de ciclos.
2. Núm. de temperaturas.
3. Niveles de agua.
4. Agitador.
5. Tina de acero inoxidable.
6. Tina de plástico.
7. Filtro atrapapelusas removible.
8. Interruptor de seguridad en cubierta.
9. Balanceo de carga automático.
10. Despachador de blanqueador y suavizante.
11. Extracción máxima.
12. Enjuague adicional.

En la secadora
A. Núm. de ciclos.
B. Núm. de temperaturas.
C. Filtro atrapapelusa.
D. Sistema de ventilación.
E. Puerta lateral.
F. Alarma de fin de ciclo.
G. Sistema de secado a gas.
H. Sistema de secado eléctrico.
I. Sistema antiarrugas.

Recomendaciones de compra

- Antes de decidirse **verifique los modelos existentes en el mercado** para determinar cuál satisface mejor sus necesidades.
- **Para una familia de 3 a 5 personas puede ser suficiente un sistema con capacidad declarada de 10 kg** (capacidad real entre 5 y 7 kg de ropa).
- Por lo general, **las secadoras nuevas pueden trabajar con gas LP y/o gas natural sin ningún ajuste previo**. Los modelos de la marca Whirlpool sí requieren un ajuste que la empresa realiza sin cargo en su domicilio.
- **Verifique que el equipo que va a adquirir cuente con su instructivo de operación** y póliza de garantía.
- **En los productos que ofrecen garantía exija que se la sellen y fechen en el momento de realizar la compra**; recuerde que la póliza sellada y la presentación del producto son los únicos requisitos exigibles para que la hagan efectiva.
- **Verifique qué es lo que abarca la garantía**. Aunque en algunas ocasiones las garantías están limitadas a ciertas partes del producto, deben incluir los gastos de transportación del producto que deriven de su cumplimiento, dentro de su red de servicio.
- **También verifique la dirección de los centros de servicio más cercano a usted**. Tenga en cuenta que hay marcas cuyos talleres de servicio pueden estar retirados de su localidad.
- **Recuerde que adquirir productos en el comercio informal puede traerle dificultades en cuanto a la garantía**, servicio y/o refacciones.
- Antes de comprar un electrodoméstico es importante **tener en cuenta el lugar que se le asignará a fin de optimizar los espacios**, así como aprovechar al máximo todas sus funciones, características y cualidades.

Quién es Quién en los precios

Precios mínimos y máximos de centros de lavado en las ciudades de México, Guadalajara y Puebla

Precios levantados del 26 de agosto al 15 de septiembre de 2005

Ciudad de México				Guadalajara				Puebla			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
10,470.00	Hermanos Vázquez	15,399.00	Palacio de Hierro	11,387.00	Wal Mart	14,699.00	Fábricas de Francia	11,377.00	Bodega Aurrerá	15,399.00	Palacio de Hierro
10,395.49	Sam's Club	10,699.00	Costco	11,398.00	Comercial Mexicana			11,466.00	Patjane Ceja	12,435.00	Mega Comercial Mexicana
13,247.00	Hermanos Vázquez	15,999.00	Liverpool y Sears	15,999.00	Fábricas de Francia			15,999.00	Fábricas de Francia y Sears		
19,089.00	Hermanos Vázquez	25,999.00	Palacio de Hierro	18,996.00	El Salto sin Nombre	21,999.00	Fábricas de Francia y Sears	21,999.00		25,999.00	Palacio de Hierro
11,515.00	Hermanos Vázquez	15,999.00	Liverpool	11,477.00	El Salto sin Nombre	15,499.00	Sears	15,499.00	Sears	15,999.00	Palacio de Hierro

Foto José Rodríguez

Normatividad

Para la realización del presente estudio se tomaron como referencia las siguientes Normas Oficiales Mexicanas:

NOM-005-ENER-2000. Eficiencia energética de lavadoras electrodomésticas. Límites, método de prueba y etiquetado.

NOM-024-SCFI-1998. Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.

NMX-J-521/1-ANCE-1999. Productos eléctricos – Aparatos y equipos de uso doméstico. Seguridad en aparatos electrodomésticos y similares. Parte 1: Requisitos generales.

NMX-J-521/2-7-ANCE-2002. Seguridad en aparatos electrodomésticos y similares. Parte 2-7: Requisitos particulares para máquinas lavadoras de ropa.

NMX-J-528-ANCE-2000. Aparatos y equipos de uso doméstico – Máquinas lavadoras eléctricas de ropa para uso doméstico. Métodos para medir la eficiencia de lavado.

Procedimientos de prueba del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Ficha técnica

Periodo de muestreo: 14 de junio al 20 de julio de 2005

Periodo de análisis: 25 de julio al 5 de septiembre de 2005

Marcas/modelos analizados: 4/5

Pruebas realizadas: 140

Foto Archivo

Guía para la eliminación de manchas

Antes de tratar cualquier mancha le recomendamos determinar la clase de mancha, el tiempo que tiene, el tipo de tela y si su color es firme. Es importante tener presente que en algunos casos si la mancha no se trata previamente, el agua caliente puede fijarla; lo mismo ocurre con el lavado y secado. Enseguida le proporcionamos algunas recomendaciones para tratar las manchas más comunes.

Mancha	Tratamiento
Bebidas alcohólicas	Moje la mancha con agua, aplique un poco de glicerina. Frote a mano. Deje reposar 4 horas y enjuague.
Sangre	Remoje con agua fría. Frote con agua tibia y jabón. Enjuague.
Goma de mascar	Frote con hielo. Quite el exceso raspando con cuidado. Si persiste, frote con líquido blanqueador.
Chocolate	Remoje en agua fría. Frote con agua caliente y jabón. Si es necesario, blanquee con agua oxigenada y enjuague.
Café o té	Vacíe agua hirviendo a través de la mancha a una altura de 30 a 90 cm; si es necesario, blanquee con agua oxigenada y enjuague.
Huevo o carne	Remoje en agua fría, blanquee con peróxido de hidrógeno y enjuague.
Grasa y aceite	Remoje y lave a mano con agua caliente. Déjelo secar. Si las manchas persisten, frote con líquido limpiador.
Cera	Quite el exceso de cera raspando con cuidado. Planche la prenda entre papel secante a temperatura tibia.
Leche o crema	Remoje en agua fría, frote con agua tibia y jabón. Enjuague.
Óxido	Use jugo de limón y sal. Expóngase al sol y enjuague.
Pintura	Raspando con cuidado quite la pintura fresca. Lave con agua tibia y jabón.
Sudor	Lave con agua caliente y jabón. Moje la mancha con agua oxigenada y enjuague.
Tinta	Moje la mancha con glicerina. Frote, enjuague y aplique glicerina de nuevo. Enjuague con agua limpia.
Mostaza	Ponga glicerina, frótese en la mancha, lávese con agua tibia y jabón. Enjuague.
Mercurio o cromo	Lave la mancha en solución de agua y 50% de alcohol, frote glicerina. Lávese con agua tibia y jabón.
Desodorante y antitranspirantes	Moje la mancha con detergente líquido o regular, frote y enjuague con agua caliente.
Pintura de labios	Aplique en la mancha un limpiador de tela no inflamable o aplique un quitamanchas para antes de lavar. Seque. Repita el procedimiento si fuera necesario. Si la mancha no ha sido eliminada, frótela con detergente líquido y enjuague.

Fotos José Rodríguez

Recomendaciones de uso

- Antes de usar su centro de lavado **lea cuidadosamente el manual de operación**.
- **Instale su aparato como indica el manual de instrucciones**. El buen funcionamiento depende de una correcta instalación.
- **Utilice el tipo de detergente recomendado por el fabricante**. En nuestra página de internet www.profeco.gob.mx puede consultar un estudio muy completo sobre detergentes.
- **Clasifique la ropa por color y requerimientos de cuidado** para hacer lavados separados.
- **Conviene tratar previamente la ropa muy sucia**.
- **Cierre los broches a presión, cierres de metal y los ganchos para evitar que se enganchen a las demás prendas**; quite las hebillas y otros objetos duros para no dañar el interior de la lavadora y evitar rasgar la ropa.
- **Seleccione los artículos a introducir en la lavadora de acuerdo con el espacio que ocupen**, no por el peso.
- **Mezcle prendas grandes y pequeñas para mantener el equilibrio** y evitar vibraciones de la lavadora.

Conclusiones

Es importante hacer notar que **la capacidad máxima real de carga en las lavadoras es de un 35 a 40% menor a la indicada en los puntos de venta o por los fabricantes.**

Por lo demás, **todos los centros de lavado cumplen muy bien con las tareas principales**.

Como muestran las tablas de resultados, **las diferencias principales entre los diversos modelos radican en la eficiencia de secado y en su costo de operación.**

En la prueba de eficiencia de lavado, **el modelo Whirpool 7MLT fue el que tuvo más problemas para eliminar las manchas**.

El nivel de ruido de los equipos analizados resultó razonable. Esto es importante, ya que es común que el equipo se encuentre dentro de la casa.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor al 3004-4584 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio en internet www.profeco.gob.mx

Centros de lavado, en resumen

Pocos aparatos de uso doméstico son tan necesarios como un centro de lavado, pues éste permite lavar y secar la ropa de toda la familia fácilmente y con eficacia, a pesar de que llueva, truene y relampaguee. Ahora bien, ¿cuál elegir? Le ayudamos a decidirse.

El más caro

Éste es el modelo que sobresale... por su precio

Tanto la lavadora como la secadora ofrecen funciones que no siempre incluyen los otros modelos. Esto es más notorio en el caso de la secadora, que ofrece más ciclos de secado, alarma de fin de ciclo (que le permite saber que su ropa ya está lista) o el sistema de secado antiarrugas (muy apreciado por quien cuida con esmero sus prendas más delicadas). Y a diferencia de todos los otros modelos, puede lavar mayores cargas de ropa. Sin embargo, ¿éstas y otras funciones justifican el precio? Eso le toca decidirlo a usted.

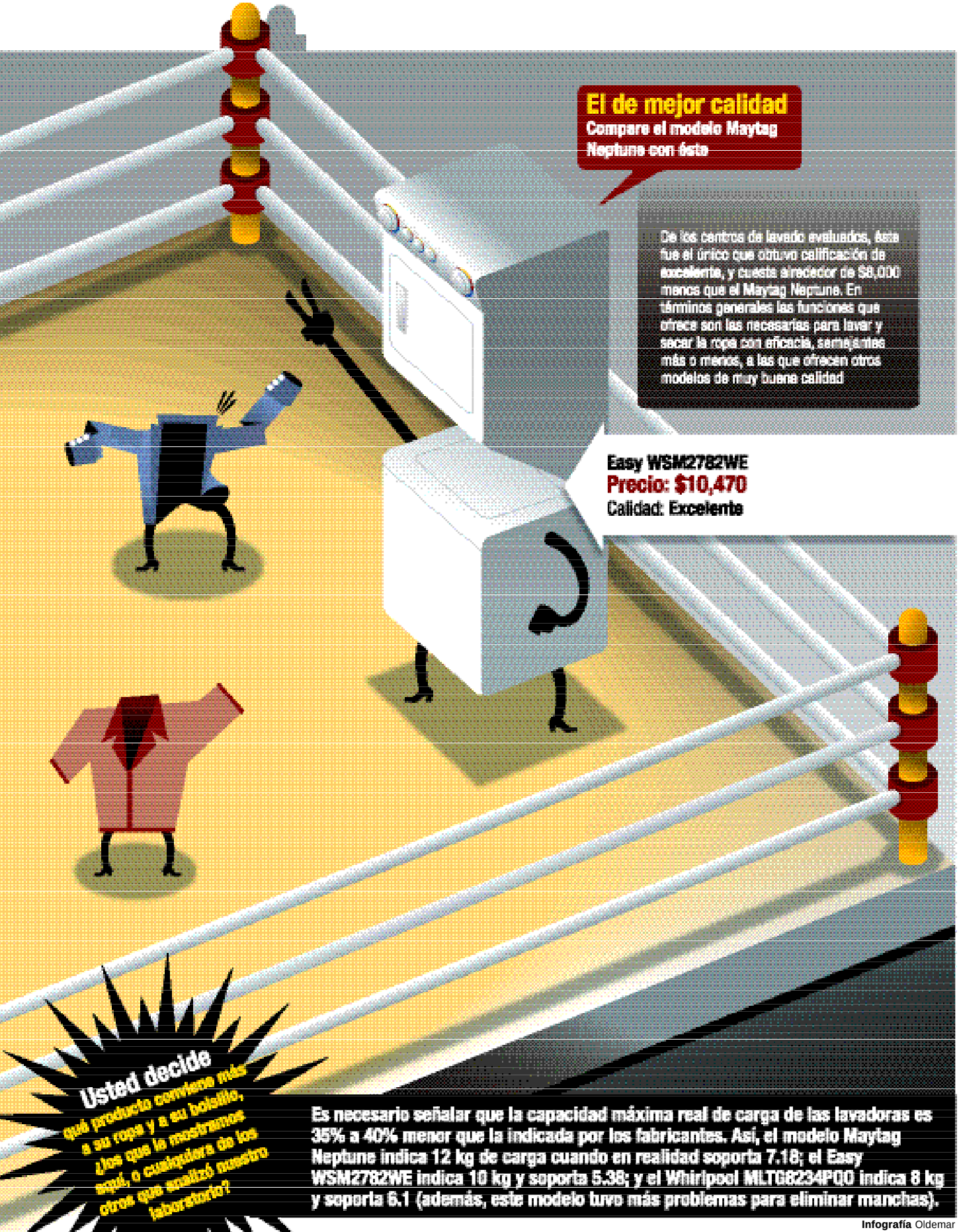
Maytag Neptune
MLG2000AWW
Precio: $19,089
Calidad: Muy buena

El "menos bueno"

Ahora vea este otro producto

Whirlpool
7MLT98234P00
Precio: $11,477
Calidad: Buena

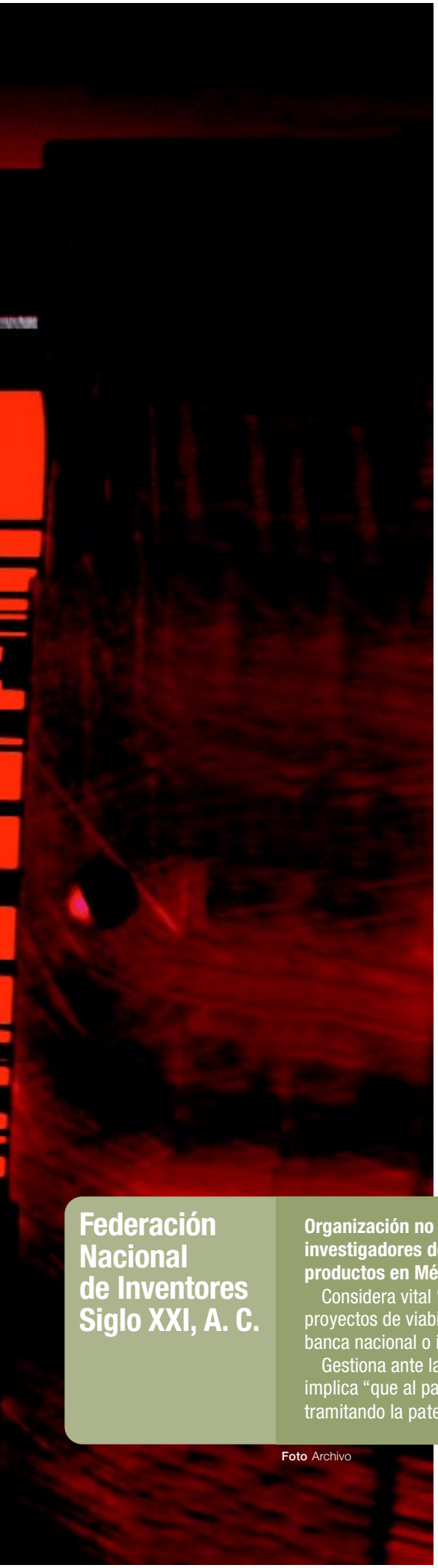
Todos los modelos analizados alcanzaron o superaron la calificación muy bien con las tareas principales.



Infografía Oldemar

Para consumo de todos

Inventos mexicanos



Apoyados por instituciones educativas, en el mejor de los casos, o a veces sin ninguna clase de apoyo, los inventores mexicanos están muy activos para dar solución a problemas muy concretos de los consumidores nacionales y extranjeros, si se da el caso. Lo invitamos a asomarse a los problemas que enfrentan nuestros inventores y a algunas de sus invenciones.

Por Rodrigo Morales Argüello

A pregunta expresa, un joven inventor mexicano declara: "Ser inventor en México no es nada sencillo: hay que lidiar con burocracias, indiferencia o menosprecio. Y lo peor es que la desconfianza parece provenir del hecho de ser y tener un producto mexicano. Es una especie de autodiscriminación"·

Otro joven inventor que además es empresario (su compañía compite en el difícil terreno de la sistematización administrativa de empresas) comenta: "En México siempre ha habido inventores independientes. El problema es que no se ha confiado en ellos (…) En el pasado, la corrupción inclinó la balanza para que se dieran los proyectos del país a extranjeros (…) Sin embargo, aún hoy estamos a tiempo".

En un mundo tan competido como el de hoy, el desafío de innovar y lograr beneficios económicos parece resultar más difícil que nunca. A diferencia de otros países, donde se considera la inventiva como un recurso estratégico de alto valor agregado, los inventores mexicanos han sido prácticamente olvidados. O al menos lo habían estado por mucho tiempo.

México, ¿tierra de inventores?

En voz de propios y extraños, de manera un tanto popular pero también expresado por reconocidas autoridades en la materia, de México se ha dicho siempre que es tierra de gente ingeniosa, crea-

Federación Nacional de Inventores Siglo XXI, A. C.

Organización no gubernamental que pretende reunir a todos los inventores, innovadores e investigadores del país y lograr que cada uno de sus afiliados fabrique y comercialice sus productos en México y el extranjero.

Considera vital "encontrar la forma de que en México se produzcan más patentes apoyadas con proyectos de viabilidad financiera, patentes que sean suficiente garantía para obtener créditos en la banca nacional o internacional y se generen nuevas empresas con tecnología propia".

Gestiona ante la Federación Internacional de Inventores establecer la "patente universal", lo que implica "que al patentar en cualquier país tenga valor mundial y no, como ahora, que hay que ir tramitando la patente en diferentes oficinas gubernamentales en todo el planeta".

Foto Archivo

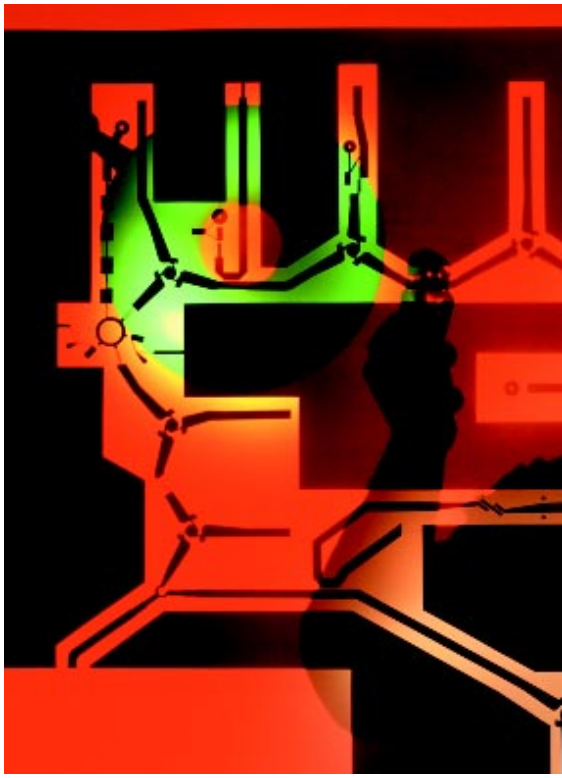
tiva, inventora. Sin embargo, si bien ciertos nombres famosos dan cuenta de ello, también es sabido que el país ha padecido una escasa producción de tecnología propia.

En el plano de la investigación científica, aunque la nación realiza investigación académica de alto nivel, la mayor parte de ésta no concluye en la creación de patentes, en inventos o innovaciones que se traduzcan en productos y/o empresas.

Para el ingeniero Baltasar Mena, investigador del Instituto de Ingeniería de la UNAM y Premio Científico 2001 por la UNESCO, el escaso apoyo y la falta de vinculación entre la investigación de instituciones superiores e inventores o emprendedores hace que la investigación no derive en actividades productivas:"¿De qué sirve que las universidades realicen ciencia aplicada si no hay quien la emplee?".Y añade:"Conozco a inventores que se han pasado la vida tratando de vender sus productos. También a jóvenes audaces que apenas comienzan, pero si no hay fomento a la investigación, no lograrán hacer nada en el país".

Y es que el recurso que representa el conocimiento y la inventiva ha superado la propia relevancia académico-formativa de las instituciones educativas. De hecho, es "el activo más importante de una empresa", según afirman especialistas en la materia. Hasta el presente, el modelo educativo superior ha preparado más para el empleo que para forjar emprendedores.

Lo más grave es que al parecer sigue habiendo un laberinto de dificultades que el inventor-emprendedor debe sortear. Además de engorrosos trámites, el costo elevado de conseguir la patente de un invento y el largo proceso que conlleva el mismo, los apoyos existentes están todavía muy



El panorama nacional

Lo bueno

- De acuerdo con cifras del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), en 2003 se solicitaron 12,207 patentes en el mundo; de ellas, **468 fueron de investigadores mexicanos**, 6,436 de estadunidenses, 1,192 de alemanes y 731 de franceses. Por debajo de nuestro país quedaron las demandas de los científicos de Italia, con 168, España con 118 y Reino Unido con 339.
- De 12,000 patentes solicitadas ese año, se otorgaron 6,008 en el orbe. Del total, **121 fueron para México**, 3,136 para E. U., 610 para Alemania y 337 para Francia.
- En 2002, en México **se autorizaron 822 proyectos** por 497 millones de pesos, lo cual representa el 99 por ciento de un techo fiscal de 500 millones autorizado para tal fin.
- La solicitud de patentes mexicanas se ha incrementado sustancialmente en los últimos cuatro años.

Lo malo

- En las últimas cuatro décadas, México no ha sido capaz de incrementar su productividad ni el ingreso per cápita de la población, de modo que ocupa un nivel **muy inferior** al recomendado por la UNESCO para las economías en desarrollo.
- Hoy día, el **92.7** por ciento de la industria se dedica a manufacturar productos de bajo valor o *commodities*, como carbón, plástico, papel y textiles, entre otros. Estos productos enfrentan una gran competencia y resultan de bajo valor agregado.
- En contraste, sólo el **7.3** por ciento se orienta a la fabricación de bienes de alto contenido tecnológico en áreas de software, farmacéutica, biotecnología, telecomunicaciones, aeronáutica y materiales avanzados, industrias que representan una fuente de mayores y mejor pagados empleos.
- El coeficiente de inventiva de México es el más bajo entre **17 países** pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en el que los mexicanos aparecen con una tasa de **0.04**, muy lejana del mejor inventor, Japón, con **26.9**.
- En México se invierte **cuatro veces** menos que en Brasil, España o Corea en infraestructura y equipo para los centros de investigación.

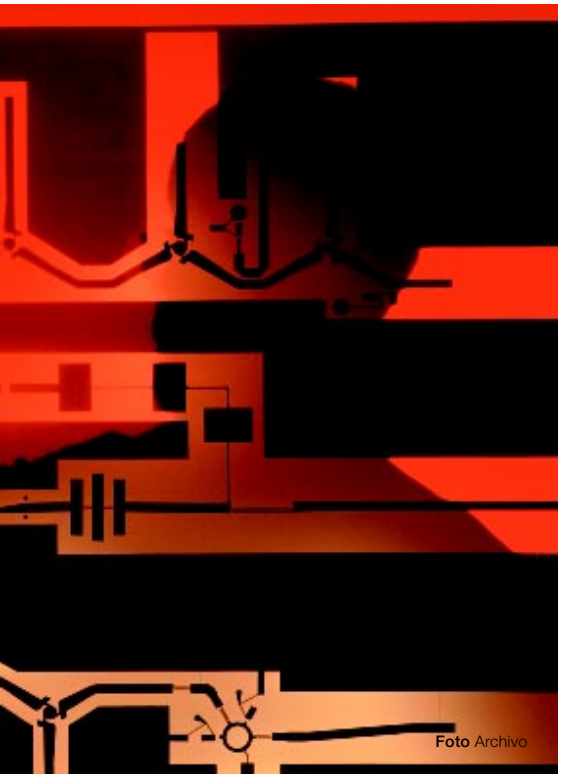


Foto Archivo

Otros datos

Foto Archivo

El inventor independiente es el que realiza el mayor número de solicitudes, seguido de las grandes empresas, institutos de investigación y, por último, las empresas pequeñas.

Foto Archivo

El Distrito Federal sigue siendo el lugar con mayor inventiva en el país, ya que de ahí proviene la tercera parte de las solicitudes. Después se encuentran los estados de México, con 15.4%, Nuevo León, 10.4%, y Jalisco, 5.5%.

centralizados, como da cuenta un inventor independiente chihuahuense, quien se vio forzado a cambiar su residencia al D. F.“para poder registrar mi patente, pues todo está aquí, y desde mi tierra era prácticamente imposible”. Tras una hospitalización que duró varios meses, y habiendo sufrido las incomodidades de un paciente que debe ser asistido para las tareas más sencillas, este inventor, sin formación científica previa, concibió, desarrolló y patentó una cama hospitalaria que no sólo da libertad de movimiento al paciente (intimidad, por ende),

Un caso de éxito:

González Camarena

Para ilustrar cuánto puede generar económicamente un invento, el caso por excelencia es el de Guillermo González Camarena, inventor de la televisión a color –y de muchos otros inventos o innovaciones tecnológicas–, quien se asociaría con el Canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta.

Ya desde 1950, el Columbia College de Chicago, solicitaba la fabricación del sistema de televisión al joven investigador mexicano, y se exportaron entonces al vecino país televisores fabricados en México.

En 1960, González Camarena realizaba las primeras pruebas en Guadalajara para la transmisión de la imagen a color, recibida con gran beneplácito por los televidentes tapatíos. En mayo de 1965 se inició la venta de aparatos de televisión a color hechos en México. El resto de la historia usted lo conoce: el consorcio Televisa es hoy un gigante mundial que compite incluso con las grandes televisoras de Estados Unidos.

Estas son apenas algunas muestras de la

Glucómetro no invasivo

Medición económica, precisa e indolora para pacientes diabéticos

Alumnos en Biónica de la UPIITA (Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Tecnologías Avanzadas) del IPN, diseñaron y construyeron un aparato que detecta el nivel de glucosa en la sangre sin necesidad de pincharse. El aparato, a diferencia de los existentes, mide la concentración de azúcar en la sangre a través de un espectro de luz que incide sobre la piel y no causa ningún dolor, lo que beneficia a pacientes diabéticos, quienes deben hacerse varias mediciones al día.

Más aún, esta tecnología resulta económica (no hay que comprar lancetas ni reactivos, por demás caros) y, al no haber contacto con la sangre, elimina el peligro potencial de una infección y su confiabilidad es mayor que la de equipos extranjeros invasivos que se comercializan en México.

Además de determinar la cantidad de glucosa, el glucómetro también permite conocer la concentración de triglicéridos o colesterol, entre otros compuestos.

Contacto: Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica (CIEBT) del IPN

Foto Archivo

Concreto para pavimento ecológico

Foto Archivo

Producto patentado internacionalmente y comercializado en México y E. U.

Ante el grave problema ambiental que representa el pavimento y la capa asfáltica de las grandes ciudades, pues no permiten el paso del agua que recarga los mantos freáticos, el ingeniero Jaime Grau, y los arquitectos Germán Guevara y Néstor de Buen, desarrollaron un pavimento 100% permeable que sustituye con muchas ventajas de resistencia, durabilidad y aspecto a otros pavimentos como el adopasto, el asfalto y los adocretos.

El aditivo para concreto permeable Ecocreto®, primer concreto en el mundo sin finos, 100% permeable,

Gelatinas y refrescos homeopáticos adelgazantes

Opción segura para bajar de peso, incluso para enfermos crónicos

Cuatro médicos homeópatas mexicanos dicen haber descubierto una fórmula de activos naturales para acelerar el metabolismo de grasas y carbohidratos y la integraron a una gelatina y un refresco bajo la marca Hanne H3. De acuerdo con ellos, estos productos contribuyen a la pérdida de peso sin riesgo para la salud, incluso para quienes padecen diabetes e hipertensión. Los médicos cirujanos y homeópatas Óscar Fuentes, Jareni Gómez, Héctor Bolio y Rubén Miranda formaron la empresa Homeopática Científica Industrial.

Según sus inventores, los productos Hanne H3 aceleran el metabolismo de grasas y carbohidratos provocando la disminución paulatina de talla y posteriormente de peso, sin provocar la pérdida excesiva de líquidos y por tanto falsos resultados. La disminución de peso mediante estos productos sería paulatina, y la persona presenta una rápida saciedad durante la comida, mejor digestión, mayor sudoración y por tanto ventilación de la piel y eliminación de grasas y toxinas, así como sed y una leve repulsión ante los alimentos grasos, lo que desencadenará la dismi-

inventiva mexicana...

ecológico y de alta resistencia es, comparado con los pavimentos de concreto hidráulico, más económico y evita posibles deformaciones de los pavimentos permeables.

Premio Nacional "Al mérito Ecológico año 2000" por la Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (Semarnat) y distinguida por **Greenpeace** como "descubridores de un pavimento amigo del medio ambiente", la empresa mexicana Ecocreto Internacional ha patentado y protegido internacionalmente su producto, y cuenta ya con oficinas comercializadoras en E. U.

▶ **Contacto:** info@ecocreto.com.mx

Foto Archivo

nución de la talla y, paulatinamente, de peso.

▶ **Contacto:** Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica (CIEBT) del IPN

Pintura antigraffiti

Foto Luis Amador

Alianza estratégica entre investigadores y empresa

Investigadores del Departamento de Física Aplicada y Tecnología Avanzada (FATA), del Instituto de Física de la UNAM (Juriquilla, Querétaro), crearon una pintura que desaparece el graffiti en unos cuantos días.

La innovación, cuya fórmula proviene de la creación de nuevas moléculas de polímero, fue desarrollada en colaboración con la empresa Pinturas del Bajío, y puede lavarse o quitarse con una cinta adhesiva; tiene la ventaja de no requerir solventes para su preparación o remoción de la pinta, por lo que tampoco propicia el desgaste de la pintura, todo lo cual la convierte en única en el mundo.

Con una gran diversidad de colores, dura varios años y su textura y manejo son similares a las que se usan para exteriores. Soporta decenas de aplicaciones de graffiti sin que le pase nada, debido a que el repelente es parte de su fórmula.

▶ **Contacto:** Pinturas del Bajío

Sistema de seguridad

Invento independiente lanzado en E. U.

Zaid Cárdenas, Eduardo Pérez y Enrique Gómez crearon un sistema de seguridad para automóviles que alerta al propietario con una llamada a su teléfono celular y que le permite apagar el vehículo con otra simple marcación, tras lo cual, ni el ladrón de autos más hábil lo puede arrancar. Aunque se encuentre usted en Nueva York, y su auto en México, basta con que tenga servicio en su celular para que el sistema funcione.

La alarma también puede instalarse en casas u oficinas: le llamará igualmente a su teléfono y alertará a la policía para informar qué puerta o ventana está siendo violada. A pesar de ser un invento mexicano, fue lanzado en Estados Unidos, ya que según sus inventores, en nuestro país sólo han encontrado barreras burocráticas.

En palabras de la policía de Los Ángeles, California, donde fue probada esta alarma, se trata del dispositivo más eficaz que hayan visto.

▶ **Contacto:** Fuerza Informativa Azteca

Foto Archivo

sigue en la pág. 52

Modelo emprendedor del IPN

Seleccionado por la Secretaría de Economía como modelo nacional de incubación, el Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica (CIEBT) del IPN acompaña de manera intensa a inventores y/o emprendedores desde el inicio de su gesta y hasta mínimo un año después del lanzamiento de su empresa.

Con apoyos que incluyen diseño en ingeniería industrial, planificación financiera, valoración y certificación, acreditación ante entidades públicas, entre otros, el CIEBT se compromete con el éxito de la futura empresa, y rompe así con el modelo tradicional de desarrollo empresarial. De su efectividad dan cuenta los ya numerosos proyectos de negocios convertidos hoy en empresas fiables y competitivas, en diversos mercados y ventanas de oportunidades.

Punto esencial de este modelo es su enfoque en el mercado, es decir, parte de las necesidades y exigencias de los consumidores. Así, busca la forma estratégica de diferenciar sus proyectos de otros existentes, ya sea por innovación científica o por nuevas formas de presentación del mismo, con lo cual se crea una verdadera ventaja competitiva sostenible.

sino que –por su escaso contacto con el cuerpo– favorece notablemente la rehabilitación de quemaduras y otros traumatismos.

Así las cosas, en México es escaso el registro y comercialización de innovaciones y/o nuevas tecnologías, un factor determinante, según explica el ingeniero Óscar Súchil, director del CIEBT (Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica) del Instituto Politécnico Nacional (IPN): "En la frontera entre una investigación o invento y un producto comercial, hay un paso que muchas veces no se da. Parecería que olvidamos que toda empresa nace pequeña, y que muy frecuentemente lo hace a partir de una innovación o invento".

Según cifras y datos recientes en torno a patentes y marcas registradas en territorio nacional, la participación de productos o servicios mexicanos es muy escasa: la mayor parte (96%) la realizan empresas o particulares extranjeros. Naturalmente, esto pone al país en desventaja con las potencias del mundo, de quienes consumimos una mayoría de los productos o servicios que utilizamos.

El análisis de la realidad actual indica que, al no haber contado el país con una adecuada infraestructura tec-

Centro de Desarrollo Empresarial Emprendedores UNAM

Foto www.thebailiwick.com/bailiwick/images/robotica.gif

nológica ni suficientes políticas de apoyo al desarrollo industrial, la empresa mexicana propiamente dicha difícilmente puede competir en el entorno comercial globalizado.

La innovación como negocio constituye un potencial tan desaprovechado en México que, según especialistas, de no tener preparado el terreno para contender, dentro de 10 o 15 años el sector productivo propiamente mexicano podría desaparecer. Ahora sí que, o nos aclimatamos, o nos *acli-morimos*.

Más no todos piensan así. Para la Federación de inventores Siglo XXI, A. C., la suerte aún no está echada. Desde su página web, clama a los cuatro vientos: "No busquen soluciones económicas estudiando en universidades del extranjero, la única solución es generar cientos de patentes mexicanas, fabricar y exportar esos productos, eso es la base de una nación económicamente fuerte".

¿Despertar nacional?

Ante este reto tan importante, México comienza también a fomentar, en especial en los jóvenes –y en las micro, pequeñas y medianas empresas– un cambio cultural cuya meta es generar bienes de alto valor agregado, aprovechando la infraestructura y el talento humano disponibles. Así, el gobierno federal y los gobiernos estatales, las secretarías y organismos gubernamentales, las instituciones educativas superiores, los institutos de investigación, las incubadoras de empresas, asociaciones de emprendedores y organizaciones civiles de inventores, han comenzado a integrar una política nacional conjunta cuya meta es beneficiar con recursos estratégicos a los sectores productores de ciencia y tecnología.

Todo este esfuerzo ha arrojado ya sus primeros frutos y permitió que, de 2001 a 2003, creciera más del 20 por ciento el número de solicitudes de patentes mexicanas. Un avance más cuantitativo que cualitativo, pero al menos bastante prometedor y que deja en claro que la inventiva mexicana está bien viva.

Sea como fuere, lo más importante es que por fin se comienza a revalorar a los protagonistas principales, los inventores independientes, quienes de hecho son los que más patentes solicitan y registran, por encima de los institutos de investigación y las grandes empresas. Serán ellos los llamados a crear esos caminos que necesita la nación mexicana, generadores de riqueza propia.

Para apoyar al inventor/emprendedor universitario, el Centro de Desarrollo Empresarial Emprendedores UNAM, ha establecido un programa amplio de apoyos diversos (diseño industrial, plan de negocios, gestión de financiamientos, etc.) para que "los jóvenes emprendedores empiecen a concebir una empresa, cómo realizarla y generar fuentes de empleo". En febrero de 2002, la UNAM constituyó el Registro Universitario de la Propiedad Industrial, para proteger a los autores del "sinnúmero de figuras jurídicas de propiedad industrial" que genera la institución.

Más aún, para incidir desde la base y generar un semillero a futuro, la UNAM es precursora en el mundo al haber desarrollado un novedoso método de enseñanza denominado robótica pedagógica, el cual acerca a los jóvenes, desde edades tempranas y de manera lúdica, a distintas áreas del conocimiento, como matemáticas, física, geometría, química, inteligencia artificial, mecánica, electricidad, electrónica e informática, todo ello mediante el diseño y construcción –por ellos mismos– de autómatas didácticos (robots).

Tomás Alva Edison, ¿mexicano?

Con un récord de 1,033 inventos patentados, creador de la bombilla eléctrica entre ellos, de Tomás Alva Edison todas las enciclopedias y diccionarios dan por sentado que nació el 11 de febrero de 1847 en Milán, Ohio, E. U., dato que al parecer nadie ha podido comprobar.

En cambio, en el pueblo de Sombrerete, Zacatecas, la tradición local afirma ser cuna del genial inventor, y da como fecha el 18 de febrero de 1848. Al menos eso afirman ciertas cartas de sus contemporáneos, y supuestamente, de existir y no haber sido quemados en mayo de 1911 por los revolucionarios, confirmarían este dato los libros parroquiales de los archivos de la Presidencia Municipal de la población zacatecana. Fe de ello da también una placa metálica con letras de bronce, colocada al margen de la puerta de la casa ubicada en la calle Hidalgo núm. 19, cuyo texto dice: "En esta casa nació Tomás Alba Edison el 18 de febrero de 1848".

Dato curioso, en la *Encyclopaedia Britannica,* que se adhiere a la versión estadunidense (donde por cierto no figura Guillermo González Camarena, y sí Pancho González, tenista méxico-estadunidense), se asienta que sus padres llevaban el apellido Edison, mas no explica que Alva fuera un apellido, y sí deja entender que Alva era un segundo nombre (inexistente como tal en inglés). Eso sí, reconoce que se le conoció por cierto tiempo como Tomás Alva, justo como se afirma se le conocía en México y, si nos atenemos a la filiación que se le atribuye ahora sí que *en su pueblo*, su origen sería Alva Ixtlixóchitl. ¿Cómo la ve?

Fuentes Entrevista con el ingeniero Óscar Súchitl, director del Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica (CIEBT) del IPN; con Guillermo M. Solórzano, inventor de Mecano Software, 1er. lugar del Concurso Capital de México 2004; con el ingeniero José María Chávez, de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (UNAM); con el inventor de Bastidor; con el empresario de Adobe Terra • www.economia.gob.mx • www.contactopyme.gob.mx • Federación Nacional de Inventores Siglo XXI, A. C. • info@ecocreto.com.mx • Investigación y Desarrollo: www.jornada.unam.mx • Fuerza Informativa Azteca • *Le livre mondial des inventions*, CE 12, 2002 • *Encyclopaedia Britannica*, 2003

Antes de contratar

Ilustración Pipo

El señor Cobranza

¿Debe usted algo...? ¿No...? Haga memoria... Si la respuesta es sí, recuerde que en este mundo siempre habrá alguien dispuesto a cobrarle, por cualquier medio. Y aunque de pagar nadie se salva, es importante saber que los deudores tienen derechos y deben ser tratados con respeto por sus acreedores.

Por Sergio Lagarde Moguel

Cuando el hombre vestido de negro tocó a la puerta, Juan Carlos estaba viendo la televisión. Cualquier persona en su sano juicio estaría de acuerdo con que las 9:30 de la noche de un domingo no son horas para hacer visitas, pero ese extraño traía puestos los guantes.

"¿El señor Juan Carlos Martínez...? Sólo vengo a notificarle que tiene 12 horas para pagar lo que debe, de lo contrario mañana mismo se procederá al embargo de sus bienes y se le arrestará por robo, abuso de confianza y conductas fraudulentas", le dijo aquel"gorila"con aspecto retador. Juan Carlos apenas tuvo tiempo para escucharlo, pues aquel hombre se fue sin dar razón ni teléfono.

“Las deudas contraídas entre civiles no pueden constituir una sanción penal.”

Pasó un día, dos, tres y nada. Ni patrullas ni embargo ni cárcel, pero el cobrador había logrado su objetivo: infundir miedo en el deudor.

El abogado Gustavo Escalante, catedrático de la Barra Nacional de Abogados y experto en asuntos de cobranza nos da su punto de vista sobre el caso anterior:

“Con frecuencia, los deudores no se acercan a su acreedor porque no saben cómo hacerlo y dejan que el problema vaya creciendo; desconocen que hay casos en que el crédito puede reestructurarse, que es posible negociar con la empresa a la que le debe”.

Desde luego, nadie que haya contraído una deuda formal puede librarse de ella, hay que pagar, no hay de otra, sin embargo, el deudor debe ser tratado conforme a la ley.

De acuerdo con el artículo 17 de la Constitución Política Mexicana ninguna persona podrá hacerse justicia por sí misma ni ejercer violencia para hacer valer su derecho. Asimismo, el artículo 17 señala que las deudas contraídas entre civiles no pueden constituir una sanción penal, por lo que los mensajes que amenazan al deudor con meterlo a la cárcel no tienen otro objetivo que atemorizarlo para que consiga dinero y, de alguna manera, pague.

Ante un caso de hostigamiento, el abogado Escalante recomienda no alarmarse sino buscar asesoría de inmediato para saber quién puede cobrarle, cómo y cuándo.

La cobranza extrajudicial...

Es importante señalar que hay dos tipos de crédito. Los créditos financieros son aquellos que otorgan las instituciones bancarias (por ejemplo, las tarjetas de crédito) o las sociedades de inversión. En cambio, un crédito al consumo es el que concede una empresa comercial, como un almacén de ropa, una tienda de electrodomésticos, etc.

Ahora bien, las empresas financieras y comerciales que otorgan los créditos no siempre se encargan de hacer la cobranza de los clientes morosos, sino que llegan a un punto en el que prefieren encargársela a despachos de cobranza (muchos de éstos compran carteras vencidas con la finalidad de quedarse con una parte de lo recuperado, que generalmente oscila entre el 15 y 30%).

El licenciado José Luis Flores Lepe, director general jurídico consultivo de Profeco nos explica: “Generalmente, cuando las empresas comerciales y financieras acuden a los despachos de cobranza es porque los créditos ya están vencidos, es decir, sus clientes han dejado de cumplir con su pago.

“Estos despachos tienen una forma muy particular de realizar su trabajo; la más común es amenazar a la gente con que la van a embargar, pero en realidad buscan sorprenderla, puesto que un embargo sólo procede si se entabla una demanda vía judicial y por mandamiento del juez, jamás podrá hacerla un despacho de cobranza (por eso se denomina cobranza extrajudicial). Además, se lleva a cabo a través de un actuario y una orden judicial”, asegura Flores Lepe.

La cobranza extrajudicial, que incluye al embargo, es una de las últimas acciones a la que se recurre porque implica un costo, pero dado el desconocimiento de la gente es también la amenaza más común, así como las cartas intimidatorias que se pegan en la puerta del domicilio del deudor, las que carecen de un sello oficial o de la empresa y generalmente son a título personal de un agente, lo que libera de responsabilidades al comercio o financiera que otorgó el crédito; estos documentos tampoco están firmados de puño y letra (se trata de una firma escaneada) ni mencionan el nombre de la persona que realmente envía la carta.

Asesoría gratuita

- **Profeco.** Teléfono del Consumidor **5568-8722**; del interior de la República lada sin costo **01-800-468-8722**
- **Condusef.** Teléfono **5340-0999.** De cualquier estado de la República Mexicana, lada sin costo al **01-800-999-8080.**

Escalante Martínez reconoce que a pesar de que no hay muchos instrumentos legales para regular este tipo de cobranza, los deudores pueden defenderse y exigir un trato digno, ya que los acreedores tienen derecho a cobrar su dinero, mas no por ello pueden incurrir en conductas intimidatorias."La ley es para todos, tanto para el que cobra como para que el que debe", concluye.

A quién acudir

Si usted enfrenta un problema con un crédito otorgado por una institución bancaria, una sociedad de inversión o una empresa dedicada a otorgar préstamos con garantía, el caso compete a la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), donde se brinda asesoría gratuita.

Rafael Avante Juárez, director jurídico de Condusef, asegura que urge regular la operación de los despachos de cobranza, pues actualmente operan en una situación legal poco definida. La razón es muy simple: estas empresas no realizan en esencia servicios financieros sino que compran las carteras por cobrar, y eso hace que escapen de la esfera de competencia de Condusef, que tiene atribuciones sólo frente a las instituciones financieras.

La realidad es que hasta hoy no hay instancia que tenga facultades para defender al consumidor o usuario de servicios financieros de los posibles abusos de la cobranza extrajudicial.

Avante Juárez detalla que en el caso específico de estas administradoras de cartera vencida"no tenemos ni siquiera facultades para emplazarlos a una audiencia, no son sujetos de nuestra jurisdicción y en consecuencia el usuario queda desamparado sin posibilidad de acudir a una instancia pública que le dé una alternativa de solución.

"Lo importante es que existan tareas y facultades para que las autoridades financieras y de protección al consumidor vigilen y supervisen a estas empresas y evitar que se cometan abusos", observa el funcionario de Condusef.

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) emitió en 2001 la circular 1505, en la cual se estipula textualmente que "las instituciones de crédito deberán cerciorarse de que las empresas a quienes enajene cartera vencida utilicen prácticas de cobranza razonables y apegadas a derecho… y que se guarde confidencialidad de la información relacionada con la cartera de cobranza…". Así es que no realizar las prácticas razonables que manda esta ley constituye una violación a este contrato, y le corresponde al banco exigir que se cumpla.

No obstante, este tipo de ordenamientos son actualmente letra muerta, asegura Rafael Avante, por lo que se debe trabajar en una ley más vigorosa que obligue a las instituciones financieras a cumplir sus obligaciones. "No es cualquier cosa, las financieras deben ser muy cuidadosas y verificar a quién le están vendiendo su cartera, porque no sería lógico que se estuviera vendiendo cartera vencida a gangsters o a narcotraficantes".

Paradójicamente, del total de asesorías que brinda Condusef, los problemas con empresas de cobranza representan un número muy reducido,"porque un porcentaje menor de las personas que tienen esta clase de dificultades creen que las empresas de cobranza están facultadas para embargarlos, meterlos a la cárcel y hostigarlos", asegura Edgar Torres Barrera, director de Consultas al Público de Condusef.

La competencia de Profeco

Cuando una persona tiene un problema con un cobro indebido de un crédito al consumo puede acudir a Profeco. Es necesario señalar que las tarjetas de crédito de algunos almacenes las manejan los bancos, de modo que el consumidor tiene en realidad una deuda con una institución financiera y no con el almacén.

El artículo 66 de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala que en toda operación a crédito, el proveedor debe informar al consumidor el precio de contado del bien o servi-

¿Y el secreto bancario?

Podría creerse que al ceder la información de sus créditos vencidos a empresas de cobranza, las instituciones financieras están violando el secreto bancario, pero no es así. Las instituciones financieras están facultadas para contratar a los despachos de cobranza, pues los bancos son personas morales y en el artículo 46 bis de la Ley de Instituciones de Crédito se establece que las instituciones de crédito "podrán contratar a terceros, e incluso con otras instituciones de crédito para la prestación de los servicios necesarios para su operación".

La empresa de cobranza, entonces, se convierte en representante del banco, por tanto no es ilegal que otro cobre por la empresa y tenga acceso a la información de un crédito.

Foto archivo

Embargos de verdad

La amenaza más común a la que recurren las empresas de cobranza como medida de presión es el embargo, pero en la mayoría de las ocasiones esas amenazas resultan ser sólo eso. El Código de Procedimientos Civiles del D. F. nos dice que los embargos son secretos, es decir, no hay un aviso previo (esto para evitar que el procesado esconda sus bienes o se fugue).

Poca gente sabe que ante un embargo "hecho y derecho", el deudor sigue siendo amparado por la ley: Por ejemplo, el deudor tiene el derecho de designar qué bienes se le pueden embargar. Lo primero que pueden embargarle lo dispone dicha ley en el artículo 536: "el dinero, los créditos realizables, las alhajas, la renta de toda especie". Queda exceptuado de embargo, "los bienes que constituyan el patrimonio de familia… el lecho cotidiano del deudor (la cama), los muebles de uso cotidiano del deudor, de su cónyuge, de sus hijos… y los instrumentos y aparatos necesarios para el arte y el oficio", es decir, a un albañil no le podrán embargar la cuchara o el pico, por ejemplo.

Ilustración Pipo

cio de que se trate, el monto y detalle de cualquier cargo si lo hubiera, el número de pagos a realizar y su periodicidad.

En caso de existir bonificaciones o cualquier otro motivo por el que sean diferentes los pagos a crédito y de contado deberá indicarse al consumidor, así como el monto total a pagar por el bien, producto o servicio de que se trate, que incluya número y monto de pagos individuales, intereses, comisiones y cargos por pagos anticipados o cancelación.

La ley obliga al proveedor a enviar al consumidor al menos un estado de cuenta bimestral con la información detallada sobre cargos, pagos, intereses y comisiones.

Asimismo, estipula que en los contratos de compraventa a plazos o de prestación de servicios con pago diferido, se calcularán los intereses sobre el precio de contado menos el enganche que se hubiera pagado (artículo 67); únicamente se podrán capitalizar lo intereses cuando exista acuerdo previo de ambas partes (artículo 68), y que los intereses se causarán exclusivamente sobre los saldos insolutos del crédito concedido y su pago no podrá ser exigido por adelantado sino sólo por periodos vencidos (artículo 69).

El otro lado de la moneda

El consultor en crédito y cobranza, Ricardo Trujillo Soberanis opina:"A ciencia cierta nadie sabe cuántas empresas dedicadas a la cobranza existen en nuestro país, pues desde despachos de abogados hasta empresas de contabilidad pueden realizar esta actividad, lo que dificulta tener un padrón y establecer normas de calidad y ética para su funcionamiento. No estamos agrupados en una asociación, lo que ayudaría a crear un registro nacional y evitar la aparición de empresas fantasma", asegura.

Según Trujillo Soberanis, quien lleva más de tres décadas en el negocio de la cobranza, las prácticas intimidatorias no son en sí un delito, de hecho se hacen"a nivel profesional"para pedirle al cliente que pague su deuda y aunque suben de tono paulatinamente tienen un límite: "Sabemos que la máxima amenaza que nosotros los cobradores podemos hacer es decirle a la gente que si no pagan nos vamos a ir a un juicio", concluye.

Ni hablar, mejor pague

Sin duda, pagar a tiempo es el mejor consejo para evitar problemas de hostigamiento. No obstante, si por alguna razón no pudo pagar trate de renegociar la deuda con la empresa acreedora. Si tiene que entenderse con un despacho de cobranza exíjale que notifique formalmente que es el nuevo acreedor; para ello le debe mostrar una copia del contrato de cesión de cartera o un documento de cesión de poderes firmado por la empresa que otorgó originalmente el crédito.

Una recomendación que nunca está de sobra: conserve la copia del contrato y todos sus comprobantes de pago, sólo así estará en posibilidades de demostrar que le están haciendo un cobro indebido y, aun cuando usted tiene la obligación de pagar sus deudas, nadie tiene derecho a amenazarlo ni hostigarlo.

"La ley es para todos, tanto para el que cobra como para que el que debe"

Fuentes Entrevistas con el licenciado José Luis Flores Lepe, director general Jurídico Consultivo, Procuraduría Federal del Consumidor; Gustavo Escalante, catedrático de la Barra Nacional de Abogados; Rafael Avante, director jurídico, y Edgar Torres Barrera, director de Consultas al Público, ambos de la Comisión Nacional para la Defensa de Usuarios de Servicios Financieros (Condusef); y con el consultor en crédito y cobranza, Ricardo Trujillo Soberanis

EXTERMINEMOS A LOS MOROSOS

¿Señor Martínez? Sólo tiene doce horas para saldar la deuda con mi compañía. ¿Oyó bien? Do-ce ho-ras. De lo contrario...

En caso de mayor demora, no nos hacemos responsables por algunas contusiones y huesos rotos.

Mis golpeadores son muy violentos y tienen muy mal carácter. De no pagar, mañana mismo procederemos al embargo de sus bienes y se le arrestará por robo, abuso de confianza, insultos y conductas fraudulentas. Por favor, no nos obligue a portarnos mal. Pórtese bien. Pague.

Carne de conejo

A pesar de las cualidades nutritivas de la carne de conejo, en México su consumo anual es cuando mucho de 100 gramos por persona, cantidad muy inferior a países como Francia, España, Portugal y Bélgica, en los que el consumo anual per cápita es superior a 3 kg, o en Italia, en donde es mayor de 5 kg.

Ilustración Archivo

Entre las principales razones por las que este cárnico se consume poco en nuestro país destacan la falta de promoción, comercialización y diversos factores culturales. Lo anterior se refleja en un desconocimiento de sus propiedades nutrimentales, pues la carne de conejo es adecuada para toda la familia dado su contenido de ácidos grasos poliinsaturados, proteínas, vitaminas y minerales. En especial, esta carne es ideal para las personas mayores, quienes tienen un sistema digestivo delicado, ya que es baja en grasa y lo tierno de sus fibras musculares la hace particularmente digestiva. Veamos otras de sus cualidades.

Propiedades nutricionales de la carne de conejo comparada con otro tipo de carnes

(Valores por cada 100 gramos de carne cruda)

Tipo de carne	Proteínas (g)	Grasa total (g)	Grasas saturadas (g)	Grasas insaturadas (g)	Colesterol (mg)	Aporte energético (kcal)
Conejo de engorda	20.4	8	3	4	65	159
Ternera en canal	19.7	8	3.4	5.9	90	156
Carne de res magra	20.9	6.3	2.5	2.6	62	147
Carne de res semigrasosa	18.3	19.8	8.5	7.9	69	257
Carne de res grasosa	16.0	25.4	10.1	9.8	74	297
Cerdo en canal	13.4	37.8	13.8	19.9	74	398
Pollo	18.6	15.1	4.3	8	75	215
Pavo	20.4	8	2.3	4.3	73	160

Fuente Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán

Muchas proteínas y poca grasa

El conejo aporta entre 19.9 y 20.4 gramos de proteínas por cada 100 gramos de carne, proporción que, a diferencia de la que contiene en promedio la carne de res, así como la de cerdo e incluso la de pollo, es mayor en cantidad y en calidad. También es superior en aporte de vitamina E (0.79 mg) en comparación con otro tipo de carne (0.2 mg); recordemos que esta vitamina es antioxidante y protege las membranas celulares del sistema nervioso, glóbulos rojos, células musculares y del sistema cardiovascular.

El bajo nivel de grasas saturadas, escaso contenido de sodio y alto de potasio de la carne de conejo, la hacen apropiada para la dieta de personas con problemas cardiovasculares, hipertensión, colesterol o ácido úrico.

En comparación con la carne de pollo, la de conejo tiene una proporción menor de ácidos grasos saturados y una mayor de ácidos grasos insaturados y de colesterol (vea "Ventajas nutricionales de la carne de conejo").

Conejos mexicanos

En nuestro país, el conejo doméstico que se destina a la producción de carne se cría bajo técnicas de manejo comparables a las que se utilizan en los principales países productores de esta especie en el mundo (Italia, Francia y España).

Su crianza, reproducción y engorda se lleva a cabo en instalaciones y con equipo diseñado específicamente para esta especie, similares a las que se utilizan para la producción de pollo. Además, por ser un animal herbívoro, su alimentación es estrictamente balanceada: alta en contenido de fibras como alfalfa, girasol y salvado, y en proteínas que se obtienen de las oleaginosas; no contiene ningún elemento de origen animal. Un aspecto interesante es que el conejo es monogástrico, es decir, su organismo no transforma las grasas de su alimento, lo que hace que su carne sea magra, al contrario de lo que ocurre con otras especies (poligástricas) que depositan grasa en sus tejidos.

Sabor peculiar

Desde el punto de vista gastronómico, la carne de conejo es muy apreciada debido principalmente a la facilidad de su preparación, sabor agradable adaptable al gusto de cualquier paladar, su alto rendimiento, por el breve tiempo de cocción que requiere y la gran variedad de platillos que es posible preparar con la misma. ¿Qué tal si elabora alguna de las recetas que aquí le proporcionamos? Son muy sencillas. Esperamos que sean de su agrado.

Fuentes Asociación Nacional de Cunicultores de México • Centro Nacional de Cunicultura • www.consumer.es • PROY-NMX-FF-105SCFI-2005

Antes de cocinarlo

Es muy común escuchar entre las amas de casa que la carne de conejo tiene un olor y sabor muy fuertes, lo cual se debe a que no le han retirado las glándulas que se encuentran entre las piernas y la parte final del ano. Generalmente, la carne de conejo que se comercializa en tiendas de autoservicio ya no tiene dichas glándulas, sin embargo, es conveniente que antes de cocinarlo, al lavarlo, lo revise. Si desea, deje reposar la carne en una mezcla de leche con jugo de limón unas dos horas antes de ponerlo a cocer.

Conejo al vino blanco

Ingredientes

1 conejo de 1 kg aprox.
almendras picadas (50 g)
jamón (50 g)
1 vaso de vino blanco
1 cucharada de vinagre de vino
1 diente de ajo
1 rajita de canela
sal y pimienta al gusto

Preparación

Muela el ajo, la canela, la pimienta y la sal. Pique la carne para que penetre mejor la pasta y en los orificios introduzca las almendras y el jamón picado. En un recipiente coloque el conejo, añada el vino, el vinagre y agua suficiente y deje hervir a fuego lento hasta que se cueza.

Conejo en salsa de ajonjolí

Ingredientes

1 conejo de 1 kg aprox., cortado en piezas
2 dientes de ajo
1/2 cebolla
2 tomates rojos
1/2 cucharada cafetera de chile piquín
1/2 de taza de agua
2 cucharadas de aceite
2 cucharadas de ajonjolí
aceite para freír
sal al gusto

Preparación

Corte el conejo en cinco trozos y póngalo a desflemar en dos tazas de agua con una cucharadita de sal durante 30 minutos. Ponga a cocer la carne (utilizando el agua del desflemado) con un diente de ajo con cáscara y un 1/4 de cebolla y sal durante 30 minutos. Ase el diente ajo y la cebolla restantes y el tomate rojo; aparte dore ligeramente el chile y lícuelo con una cucharada de ajonjolí. Fría la salsa anterior, agregue la carne y deje hervir a fuego lento hasta que se cueza.

Sirva espolvoreado con el ajonjolí restante (previamente tostado) y arroz blanco.

Chow mei de conejo

Ingredientes

1 conejo cocido y deshebrado
4 tallos de apio picados
2 pimientos verdes picados
1/2 kilo de champiñones cortados al gusto
1/2 kilo de germinado de soya
aceite para freír
salsa de soya, sal y pimienta al gusto

Preparación

En una cacerola sofría el apio y el pimiento hasta que estén suaves; se incorporan los champiñones y el germinado de soya y por último la carne. Deje sazonar unos 10 minutos.

Se sirve acompañado con arroz blanco y salsa de soya.

Conejo pibil

Ingredientes

1 kg de carne de conejo cortado en piezas
1/2 barra de achiote
1 pizca de cominos
1/2 vaso de jugo de naranja agria o de vinagre
1 cebolla morada en rodajas
aceite para freír
sal al gusto y orégano

Preparación

Fría las piezas de carne. Aparte, deshaga el achiote en el jugo de naranja o el vinagre y licue con los cominos.

Sin retirar el recipiente del fuego, añada la salsa anterior a la carne y deje sazonar. Agregue agua suficiente hasta cubrir la carne. Deje al fuego hasta que se cueza la carne y quede poco caldo. Sirva con cebolla morada acitronada espolvoreada con un poco de sal y orégano.

Conejo en adobo

Ingredientes

1 kg de carne de conejo cortado en piezas
1 chile ancho
5 chiles pasilla
1 cebolla chica
2 dientes de ajo
5 pimientas negras
4 clavos
1 raja de canela
1/2 cucharada de orégano
1 cucharada de vinagre
aceite para freír
sal al gusto

Preparación

En una cacerola fría las piezas de carne, previamente espolvoreadas con sal. Aparte, ase los chiles, la cebolla, el ajo y lícuelos. Añada la pimienta, el clavo, la canela, el orégano y el vinagre. Vierta la salsa a la carne y deje sazonar un poco. Agregue agua suficiente hasta cubrir la carne; la salsa debe quedar espesa. Sirva adornado con rodajas de cebolla desflemada.

Ilustraciones Archivo

Dime dónde compras... y te diré cuánto ahorras

Quién es quién en los precios

El servicio que le ayuda a comprar mejor

Captamos semanalmente los precios de cientos de productos en una amplia red de establecimientos en 23 ciudades del país, para que usted pueda comprar mejor.

Consulte la información de Quién es Quién en los Precios:

- En el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722
- Visitando nuestra página electrónica: www.profeco.gob.mx
- Solicitando un folleto gratuito en las delegaciones **Profeco** del área metropolitana
- Además, con nuestro nuevo Sistema Interactivo, en Internet, arme su canasta básica y vea en qué establecimiento de la Ciudad de México ahorrará más.

Para ahorrar y comprar mejor,
¡compare precios!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Manchamanteles

Foto José Rodríguez

Pesque los mejores productos... con nuestra red

www.profeco.gob.mx

Lo que encontrará en nuestro sitio de Internet:

Información sobre precios de artículos de la canasta básica, medicamentos, electrodomésticos, pescados, útiles escolares y, en temporada, juguetes, entre otros. Además:

- La Ley Federal de Protección al Consumidor
- Tecnologías Domésticas Profeco
- Información acerca de nuestros servicios de orientación, asesoría y atención a quejas
- Resultados de los estudios de calidad publicados en la *Revista del Consumidor*
- El programa de radio *El cuarto del consumo*
- Ubicación de nuestras oficinas en el país y mucho más...

Para que no lo pesquen distraído,
¡consulte nuestros servicios en línea!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

¿Estresado yo?

Algunos lo llaman el "enemigo silencioso" o "la enfermedad del siglo XX" -XXI, más bien. Todas las personas lo hemos experimentado en diversas circunstancias, sin embargo, no le damos la importancia que tiene, y si permitimos que se salga de control, puede afectar seriamente nuestra calidad de vida. Damas y caballeros, con ustedes un viejo conocido, el estrés.

¡Ja!

Por Walter Jasso Anderson

El término estrés deriva del vocablo latín *stringere*, que significa "opresión" y alude a la tensión excesiva, misma que puede constreñir (es decir, "cerrar oprimiendo") el ánimo y la fisiología de una persona.

El primero en estudiar médicamente al estrés fue el fisiólogo estadounidense Walter B. Cannon en 1920, así como el endocrinólogo canadiense Hans Selye, quien lo definió como la respuesta del cuerpo a condiciones externas que perturban el equilibrio emocional; el resultado directo de este proceso es un deseo de huir de la situación que lo provoca, o bien, de confrontarla violentamente. En tal reacción participan casi todos lo órganos y funciones del cuerpo, incluidos cerebro, nervios, hormonas, corazón y torrente sanguíneo, así como la digestión y los músculos.

Los sucesos y estímulos que pueden dar origen al estrés y que generan una respuesta emocional causando desequilibrio en el cuerpo, se conocen como "estresores". Pero ojo, los especialistas señalan que el estrés es parte inamovible de nuestras vidas, de las dificultades del siglo actual y a las cuales nos enfrentamos cotidianamente, lo que incluye tanto situaciones positivas (el nacimiento de un hijo, contraer matrimonio...) como negativas (pérdida del empleo, muerte de un fa-

Foto Archivo

Estrés infantil

Los investigadores estadunidenses Glen Elliot y Carl Eisdorfer, señalan que hay cuatro tipos de estresores básicos que afectan a los niños:

Estresores agudos, limitados en el tiempo, por ejemplo, la visita al dentista.

Secuencias estresantes, por ejemplo, la muerte de uno de los padres.

Estresores intermitentes crónicos, por ejemplo, exámenes escolares.

Estresores crónicos continuos, por ejemplo, que el niño sea objeto de abusos físicos recurrentes por parte de sus padres.

Los menores con estrés suelen presentar llanto excesivo, sudoración en las manos, aislamiento de las demás personas, no alcanzan a llegar al baño, se muerden constantemente las uñas, se llevan constantemente las manos al cabello, sienten temor por el futuro inmediato, se "paralizan" en un acontecimiento social, etcétera.

La reacción de dos niños ante un mismo estresor puede ser totalmente distinta, y el nivel de vulnerabilidad del pequeño depende de los recursos y estrategias de los que él mismo disponga, los cuales se pueden dividir en dos grandes categorías: **personales** (edad, sexo, habilidades sociales y autoestima) y **ambientales** (nivel socioeconómico, salud mental de los padres, ambiente familiar, sistemas de apoyo y estilos de crianza). No todos los acontecimientos estresantes van a tener el mismo potencial nocivo para el niño; así, un "estresor" como el nacimiento de un hermanito, resultará menos lesivo que la pérdida de uno o ambos padres, y el proceso de duelo subsiguiente también será distinto.

Los especialistas recomiendan a los padres que la exigencia académica para con los menores no sea excesiva, y que los ayuden a comunicar sus sentimientos de frustración, ira o tristeza con el fin de que se desahoguen; asimismo, los juegos al aire libre, la práctica de algún deporte y/o disciplina artística y el empleo de técnicas de relajación –como las mencionadas en el texto–, son aliados eficaces en la búsqueda de que los eventos "estresores" que a los niños les toque vivir, tengan la menor repercusión emocional posible sobre ellos.

Fuentes Entrevistas con los doctores Mayra Martínez Mallén y Alberto López Díaz • Elliot, G. R. y Eisdorfer, C. (eds.), *Stress and Human Health; Analysis and Implications of Research: A study by the Institute of Medicine*, National Academy of Sciences, Nueva York, 1982 • www.ericdigests.org/2003-4/stress.html • www.tupediatra.com

miliar, etc.). El estrés también surge por irritaciones menores, como esperar demasiado en una fila o debido al tráfico. Sin embargo, las situaciones que provocan estrés en una persona pueden ser insignificantes para otra.

Así las cosas, resulta importante enfatizar que el estrés es también, y sobre todo, un proceso fisiológico normal de estimulación y respuesta del cuerpo. No se trata forzosamente de una reacción penosa, pues resulta indispensable para la adaptación, el desarrollo y el funcionamiento del organismo, como comenta el doctor Alberto López Díaz, jefe de Servicio de Psiquiatría Comunitaria en el Hospital Psiquiátrico Fray Bernardino Álvarez, de la Secretaría de Salud, quien añade: "El problema llega cuando el estrés se convierte en un padecimiento que afecta la conducta de las personas y el entorno laboral y/o familiar en que se desenvuelven; si ya no es posible sobrellevar el estrés de manera natural, entonces comienzan a surgir algunos síntomas que nos hablan de un trastorno mayor".

El nombre formal de este último estado es "distrés". La diferencia entre estrés y distrés radica en que mientras el primero es una condición necesaria y normal, el segundo excede tales límites y se convierte en una disfunción. Sin embargo, la palabra "estrés" suele utilizarse comúnmente para designar lo que los especialistas definen como distrés. Así lo haremos en el resto de este reportaje.

El estrés se inicia con una actitud mental que se apoya principalmente en la percepción. En otras palabras, si una situación es percibida como estresante, se responderá de acuerdo con ello. Nuestro cuerpo nos prepara para el estrés a nivel consciente e inconsciente: primero, un pensamiento se registra en el cerebro y activa el sistema nervioso del organismo. Una serie de complejos eventos biológicos ocurren en un periodo extremadamente corto, y los pensamientos que causan tensión o miedo durante este lapso incrementarán los intentos de preparación del cuerpo para la lucha o la huida (aunque la mayoría de los "estresores" a los cuales nos enfrentamos hoy en día, no nos obligan a pelear físicamente o a escapar, sí generan mayor tensión muscular de la normal).

De permanecer la situación estresante, la tensión tenderá a aumentar con el paso de los días. En síntesis, el estrés se inicia como una actitud mental ante situaciones demandantes, y repercuten en la fisiología del individuo.

Focos rojos

Pero, ¿qué tanto es tantito en materia de estrés? A continuación, los síntomas básicos que presenta una persona demasiado estresada:

- Ansiedad (pueden presentarse los llamados "ataques de pánico", caracterizados por insuficiencia respiratoria y taquicardia).
- Baja inmunidad de las defensas del cuerpo, lo que propicia que la persona se enferme con frecuencia y sin aparente explicación (comúnmente de resfriados y/o dolores estomacales).
- Dolores de cabeza.
- Insomnio.
- Salpullidos.
- Disfunción sexual.
- Nerviosismo.
- Constante sudoración en las manos.
- Palpitaciones rápidas.
- Diarrea o estreñimiento.

Foto Archivo

Respiración diafragmática

La respiración diafragmática es aconsejable para lograr una relajación profunda que ayude a disipar el estrés, aunque también se recomienda su aplicación en situaciones normales carentes del mismo. El diafragma es el principal músculo responsable de la respiración, y se encuentra arriba del estómago. Los pasos para realizarla son los siguientes:

1. **En posición erguida, de preferencia de pie, coloque una mano en el estómago y la otra en el pecho.**
2. **Inhale suavemente por la nariz de forma tal que la mano sobre el estómago suba lentamente a medida que el estómago se eleva. No se debe "sacar el vientre" de manera forzada sino dejarlo subir "por sí solo" mientras se inspira. Una buena señal para darse cuenta que se está respirando con el diafragma, es constatar que el pecho prácticamente no se mueve.**
3. **Exhale despacio por la boca, de manera tal que la mano sobre el estómago baje al mismo tiempo que dicho órgano. También ahora el pecho debe continuar relajado y moverse muy poco. Mientras el aire sale del cuerpo, los hombros y la nuca se relajan más (a veces ayuda imaginar que con cada respiración se va desvaneciendo la tensión de todos los músculos).**
4. **Inhale más lentamente para desarrollar una respiración profunda y mayor relajación. Añada una ligera pausa después de cada inspiración y una pausa más larga después de exhalar, contando para sí hasta los números 3 y 4 alternadamente.**

Foto Archivo

Fuentes Entrevista con la doctora Mayra Martínez Mallén • www.sportcity.com • www.ciudad.com.ar/ar/portales/cotidiano/nota/0,3104,24856,00.asp • www.latinsalud.com/articulos/00482.asp?ap=2

Periodos prolongados de estrés también pueden causar enfermedades cardiovasculares (incluye infartos y presión alta), artritis reumatoide, migrañas, calvicie, asma, tics nerviosos, problemas para concentrarse, un carácter demasiado irritable, tristeza, irregularidades en la menstruación, colitis y dolores de espalda.

La doctora Mayra Martínez Mallén, psiquiatra especialista en trastornos por ansiedad y socia de la clínica Interdisciplinas Cognitivo Conductuales (ICC), comenta al respecto: "Cuando una persona se cansa con demasiada facilidad y se muestra más vulnerable de lo normal frente a enfermedades infecciosas, además de presentar baja o nula tolerancia con respecto a los conflictos cotidianos y tener trastornos de sueño –ya sea insomnio o exceso de somnolencia–, probablemente está sufriendo un alto grado de estrés".

Un factor a considerar es que este problema puede extenderse a quienes se encuentran cerca de la persona estresada, ya que la irritabilidad y nerviosismo exacerbados que suelen asociarse con el estrés, hacen más sensibles a los familiares, amigos, jefes o compañeros de trabajo de quien lo sufre, "incluso, los padres transmiten a sus hijos sus propios síntomas psicológicos y/o emocionales, afectando así a los menores", asegura la doctora Martínez Mallén.

El círculo negativo

El doctor Alfonso Escobar, investigador en el Departamento de Biología Celular y Fisiología del Instituto de Investigaciones Biomédicas de la UNAM, explica: "El estrés puede modificar varias de las constantes que tenemos en el cuerpo, como por ejemplo las 72 revoluciones del ciclo cardiaco por minuto o los 5 millones de glóbulos rojos con que contamos; hay casos de personas que quedan totalmente canosas de un momento a otro debido al estrés, y como éste es inevitable, debemos aprender a lidiar con él".

Este investigador también comenta que la clave es acostumbrarse al estrés: "Por ejemplo, quien trabaja en lo alto de un edificio y camina sobre las vigas con riesgo de caerse, pero está habituado a dicha rutina, difícilmente sufrirá un percance, a diferencia de la persona que se estresa cada vez que realiza la misma labor, pues en este caso, es mucho más probable que sí haya algún tipo de accidente debido al propio estrés y a los síntomas que detona".

Cuestionario Beck para ansiedad

A continuación encontrará una lista de síntomas característicos de la ansiedad. Lea cuidadosamente cada situación de la lista y con una X indique el grado en que le haya molestado cada síntoma durante la última semana, incluyendo el día de hoy.

a) Nada
b) Ligeramente, sin molestia significativa.
c) Moderadamente, muy desagradable pero soportable.
d) Severamente, casi insoportable.

1. Hormigueo o adormecimiento de extremidades	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
2. Oleadas de calor o bochornos	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
3. Debilidad y temblor en las piernas	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
4. Incapacidad de relajarse	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
5. Temor a que suceda lo peor	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
6. Mareo o ligereza de cabeza	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
7. Palpitaciones o aceleración cardiaca	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
8. Falta de equilibrio	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
9. Terror	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
10. Nerviosismo	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
11. Sensación de ahogo	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
12. Temblor de manos	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
13. Agitación	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
14. Miedo de perder el control	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
15. Dificultad para respirar	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
16. Miedo a morir	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
17. Susto	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
18. Indigestión o molestias abdominales	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
19. Desmayos	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
20. Enrojecimiento de la cara	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑
21. Sudoración (no causada por el calor)	a) ❑	b) ❑	c)❑	d) ❑

La calificación total es la suma de su grado de disgusto ante cada situación:
a) 0 = nada,
b) 1 = ligeramente, sin molestia significativa,
c) 2 = moderamente, muy desagradable pero soportable, y
d) 3 = severamente, casi insoportable.

La puntuación va de 0 a 63. La puntuación total representa el grado de ansiedad: 0-7 es mínima, 8-15 es leve, 16-25 es moderada y de 26-63 es severa.

Anatomía del estrés

El Síndrome General de Adaptación (al estrés), descrito por Hans Selye en 1936, y que sigue siendo un modelo válido hoy en día, consiste de tres etapas:

Fase de alarma. Etapa en que el organismo se percata del agente nocivo (estresor), activa su sistema nervioso simpático y la corteza y la médula de las glándulas suprarrenales (que secretan glucocorticoides y adrenalina, respectivamente) para movilizar los recursos energéticos necesarios que harán frente a la situación.

Fase de resistencia o adaptación. En la segunda etapa, el organismo hace frente al "estresor"; para ello, utiliza los recursos energéticos disponibles y al mismo tiempo, los sistemas digestivo y reproductivo, mientras que otros, como el inmunitario, incrementan su actividad.

Fase de desgaste. Es la última etapa del síndrome; se caracteriza por la imposibilidad del organismo para enfrentar al "estresor" debido al desgaste energético. Por tanto, si el estresor continúa activo, el organismo desarrolla múltiples patologías, e incluso, puede llegar a la muerte.

Fuente Beatriz Gómez y Alfonso Escobar, "Neuroanatomía del estrés", en *Revista Mexicana de Neurociencias*, vol. 3, núm. 5, 2002

Para mayor información:

Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente — www.inprf.gob.mx
Organización Panamericana de la Salud — www.paho.org/default_spa.htm

Es decir, este trastorno puede generar un círculo negativo que impera a nivel psicológico y físico: "Me estreso porque me preocupa caerme, me caigo porque me estreso". La manera de romper este círculo es relajándose; se trata, esencialmente, de una cuestión de actitud al encarar las contrariedades del día a día, de no ser así, los efectos del estrés a nivel neurológico no se hacen esperar.

Llévesela tranquila

Cualquier persona puede padecer estrés, sin importar género, edad ni condición social, y lo mismo afecta a quien se dedica a barrer las calles que al director general de una empresa. Así que para combatirlo, lo primordial es aprender a relajarse. Si la causa del estrés es única, por ejemplo, la pérdida del empleo o un divorcio, hay que enfrentar tal suceso compartiendo los sentimientos con amigos y familiares. No hay que adquirir más responsabilidades hasta acostumbrarse a la nueva situación.

Si el estrés persiste debido a irritaciones diarias que no se pueden modificar, tal vez un cambio radical ayude, por ejemplo, encontrar un trabajo menos agobiante, aunque en el combate al estrés, es prioritario considerar que todos los problemas tienen solución, así como evitar preocuparse de manera desmedida por cada evento que ocurre en nuestro entorno.

El doctor López Díaz asevera que la alimentación y la vida sedentaria también juegan un papel determinante en el grado de estrés que se alcanza, pues cuando una persona permanece largos periodos de tiempo sentada frente a un escritorio, carece de una actividad física constante, y además suele comer antojitos y garnachas o comida muy grasosa sin balancear su alimentación; el organismo entonces adquiere condiciones idóneas para potenciar el estrés. Para enfrentarlo, la mejor terapia es la prevención, por ello los médicos entrevistados recomiendan lo siguiente:

- Contar con amigos y/o familiares para compartir los sucesos de la vida cotidiana que nos afectan.
- Pensar que todos los problemas, desde el más simple hasta el más complicado, tienen alguna solución.
- Tener una válvula de escape; por ejemplo, practicar algún deporte o pasatiempo.
- Alimentarse sanamente (incluir frutas y verduras en la dieta diaria y la menor cantidad de grasas posible).
- Aprender técnicas de relajación, como yoga, meditación o simplemente escuchar música tranquila al tiempo que se respira hondo.
- Evitar el uso de alcohol para hacer frente a los "estresores".
- En casos de estrés crónico que no se logra inhibir, es altamente recomendable acudir con un psiquiatra o psicólogo que brinde ayuda profesional.

Foto archivo

Cualquier persona puede padecer estrés, sin importar género, edad ni condición social, y lo mismo afecta a quien se dedica a barrer las calles que al director general de una empresa. Así que para combatirlo, lo primordial es aprender a relajarse.

Fuentes Entrevistas con los doctores Alberto López Díaz, jefe de Servicio de Psiquiatría Comunitaria en el Hospital Psiquiátrico Fray Bernardino Álvarez, Secretaría de Salud; Mayra Martínez Mallén, psiquiatra especialista en trastornos por ansiedad y socia de la clínica Interdisciplinas Cognitivo Conductuales (ICC); el investigador Alfonso Escobar y la psicóloga Beatriz Gómez del Departamento de Biología Celular y Fisiología del Instituto de Investigaciones Biomédicas de la UNAM • www.tusalud.com.mx • es.wikipedia.org • www.who.org • Boletín de prensa sobre el estrés de los Laboratorios Médicos del Chopo

¡Escribe una carta!

12 de noviembre, Día del Cartero

En esta era de las comunicaciones, olvídate de internet y del tiempo aire; sólo necesitas pluma, hoja, sobre, estampillas y mucha creatividad para escribirle una carta a quien más quieres. Verás que el efecto será avasallador.

Por Luis Amador

Si lo piensas un poco, hay muchas maneras de comunicarte con tus seres queridos: hablar por teléfono, enviar un e-mail, chatear por la red o enviar imágenes y chistes a su celular… Pero la mayoría de estos mensajes se los llevará el viento y es posible que los olvides al día siguiente de haberlos enviado.

Sin embargo, la sorpresa de enviar o recibir una carta es algo incomparable, y esta emoción se repetirá cada vez que te encuentres un sobre en el lugar más recóndito de tu cuarto, lo abras, y leas y releas las palabras que te escribió con cariño uno de tus amigos, por ejemplo.

Por lo anterior, te invitamos a escribir una carta y celebrar, de paso, el Día del Cartero, esa persona que va y viene por doquier llevando mensajes, noticias y sorpresas a todo el mundo, sin importar que llueva, truene o relampaguee.

Cómo escribir tu carta

- En primer lugar, debes elegir a quién le vas a escribir y qué le vas a contar. Como todos los niños, seres queridos no te faltarán, y mucho menos temas para tu carta, como que se te cayó un diente, la visita de la cigüeña a tu casa, contarle lo que hiciste en vacaciones, felicitarlo por su cumpleaños o decirle cuánto lo extrañas…

- Enseguida, en la hoja en la que vayas a escribir, es indispensable que anotes el lugar y la fecha, así como tu nombre y firma al final, pues estos datos servirán como referencia para el destinatario (la persona que recibe la carta).

- A continuación, imagínate que el sobre es como una caja en donde caben todas las cosas que pueden enriquecer tu mensaje, además de tus palabras: fotografías, recortes de revistas, dibujos, poemas, canciones, calcomanías, hojas y flores secas…

- Una vez terminada tu carta, debes ponerla en un sobre y anotar, con letra de molde, la dirección del destinatario (en el centro del sobre) y la tuya (en la esquina superior izquierda) que consta de los siguientes datos: nombre, calle, número, colonia, ciudad, país y código postal. Así evitarás que tu carta se extravíe y aseguras que llegue a su destino.

- Después, en la oficina de correos, debes adquirir los sellos o timbres postales que debes pegar en la parte superior derecha del sobre. Al pagar este importe pagas "el viaje" de tu carta al lugar a donde la envías, sin importar en qué punto del globo terráqueo se encuentre. Por último, depositala en un buzón.

No importa la forma, el mensaje es lo importante

Recuerda que lo más importante de una carta, e-mail o llamada telefónica es el mensaje de apoyo y cariño que les expresas a tus amigos, sin importar en dónde están ni cuánto tiempo has estado sin verlos. ¡Hazles saber que ellos cuentan contigo!

Ilustración Mónica Miranda

Aventuras de
CONSUMANDO
Presenta:
"Consumando vs. el Lambiscón Verde"
ESE DÍA, EL "LAMBISCÓN VERDE" TRATABA DE "LAVARLE EL CEREBRO" A FULGENCIA PARA ESTAFARLA.
EL "EFRÉN CHUY" TE VA A DAR TODA LA ENERGÍA QUE TU CASA NECESITA. LA MALA SUERTE Y LAS ENVIDIAS DESAPARECERÁN DE INMEDIATO.
GRACIAS, LAMBISCÓN VERDE, PERO NO ENTIENDO CÓMO ESTE TIRADERO VA A AYUDARME.
USTÉ NOMÁS DÉJESE GUIAR POR LA "BUENA VIBRA" Y NO SE QUEJE, DOÑA FULGENCIA.
YA TE DIJE QUE ME DIGAS "MADAM FUSHÉ".
SÍ, CLARO. AHORA, PARA QUE EL AURA VIBRATORIA DE TU BIORRITMO COMBINE CON LOS ELEMENTOS DE TU CASA, TIENES QUE DARME TRESCIENTOS PESOS MÁS.
¡PERO SI YA TE PAGUÉ LOS QUINIENTOS PESOS QUE HABÍAMOS QUEDADO!
¿PERO NO VES QUE CADA QUE TE TOCO TE CONVIDO DE MI "SÚPER VIBRA"? ADEMÁS, TODO MI CONOCIMIENTO CUESTA, QUERIDA "MADAM FUCHÍ".
ME LLAMO FUSHÉ NO FUCHÍ, Y VOY A LLAMAR A PROFECO, PUES ME ESTÁS COBRANDO POR ALGO QUE NO HABÍAMOS QUEDADO.
¡OPERADORA 01-800, NECESITO AYUDA, EL LAMBISCÓN VERDE QUIERE COBRARME DE MÁS Y...!
TE CORTÉ PORQUE ESA LLAMADA TE PUEDE CAUSAR MUY "MALA VIBRA".
PERO NUESTRA QUERIDA OPERADORA SE DIO CUENTA DE LA SITUACIÓN.
ESA SEÑORA NECESITA AYUDA, LLAMARÉ A CONSUMANDO.

DEBIDO A TU MAL ACTUAR EL AURA SE DEBILITÓ, ASÍ QUE AHORA ME DEBES CUATROCIENTOS PESOS.
¡ESTÁS PERO SI BIEN... PEDAZO DE LAMBISCÓN VERDE!
¡ALTO AHÍ! ¡SOY CONSUMANDO, Y VINE A APOYARLA PARA QUE PUEDA QUEJARSE ANTE PROFECO!
ACABARÉ CONTIGO USANDO MIS CONOCIMIENTOS DE ARTE MARCIAL MILENARIO.
CONSUMANDO
¡TOMA TU MILENARIO!
¡AY, MIS IDEAS!
¡SAPE!
CONSUMANDO
¡FULSENCIA TIENE TODO EL DERECHO DE LLAMAR AL TELÉFONO DEL CONSUMIDOR!
MADAM FUSHÉ, SI ERES TAN AMABLE, CONSUMANDO.
CONSUMANDO
PROFECO
CONSUMANDO
PUEDES DENUNCIAR A CUALQUIER VENDEDOR LAMBISCÓN Y ABUSIVO, RECUERDA QUE TÚ TIENES EL PODER.
TÚ SÍ ERES UN VERDADERO HÉROE.
GUIÓN: CARLOS CUÉLLAR
ADAPTACIÓN Y DIBUJO: MARTÍN AVILÉS
ESCENOGRAFÍA Y COLOR DIGITAL: ARTURO SAID
PERO YA VERÉ LA MANERA DE LAVARLE EL CEREBRO A QUIEN SE DEJE.
¿QUÉ DICES?
QUE TE QUEDA MUY BIEN ESE TRAJE.
¡AY!
¡RE-SAPE!
POR ESO ME CAES GORDO, ¡POR LAMBISCÓN!
FIN

Inccide A.C.

Las áreas de interés de Inccide A.C. son los energéticos y el medio ambiente, la salud y los servicios públicos. Mediante el consumo sustentable y responsable, esta organización promueve la corresponsabilidad entre los ciudadanos, la iniciativa privada y los gobiernos.

Por Walter Jasso Anderson

Las asociaciones de consumidores son uno de los eslabones más importantes en la cadena de consumo. Representan no sólo la fuerza de los consumidores unidos para hacer valer sus derechos, sino la capacidad de la sociedad para contrarrestar civilizadamente el poder de los proveedores globalizados.

En esta sección damos noticia de las asociaciones de consumidores surgidas con total independencia de las organizaciones fomentadas por **Profeco**, pues haciendo válido su derecho a organizarse libremente, existen consumidores que se unen para dar solución conjunta a problemas de consumo de su interés. ¡Bienvenida esta preocupación por consumir con inteligencia!

El proyecto del Instituto Nacional para la Defensa de los Derechos de Consumidores y Usuarios A. C. (Inccide), empezó a cobrar forma en 1998, cuando un grupo de seis amigos decidió unirse en torno a varios asuntos que a cada uno le preocupaban individualmente, ello con el fin de lograr una sinergia que permitiera el desarrollo de la naciente asociación.

Una vez establecidos de manera más organizada, a partir del año 2000 orientaron sus acciones de forma regional, como lo explica su presidente y fundador, el doctor Fernando Reséndiz García: “Decidimos trabajar en zonas rurales y de escasos recursos en los estados de Tlaxcala, Veracruz e Hidalgo, además de algunos sitios que sufren marginación en las delegaciones Azcapotzalco y Miguel Hidalgo del Distrito Federal”.

Información embotellada

Desde su nacimiento, Inccide ha brindado atención a 6 mil personas en capacitación y educación para el consumo, buscando generar conciencia sobre la importancia de mejorar los hábitos de consumo en nuestra sociedad: “La salud poblacional es uno de los ámbitos en que participamos, específicamente en el tema de la diabetes y las enfermedades cardiovasculares, por lo que nos hemos dado a la tarea de informar a las personas acerca de la magnitud del problema y cómo prevenirlo”.

En este mismo sentido, el Dr. Reséndiz, quien es miembro del Consejo Consultivo del Consumo, comenta que una de las principales propuestas de la asociación radica en que los productos con alto contenido en azúcar, como refrescos y dulces, lleven la leyenda: *El consumo de este producto puede ser nocivo para la salud de los diabéticos,* y por ello empezarán a cabildear dicha iniciativa con algunas comisiones del Congreso de la Unión que tienen que ver con salud pública y el establecimiento de las normas oficiales. Es que para Inccide “el consumo responsable tiene que ver con que las personas sepan lo que toman, lo que compran, que tengan toda la información para que decidan de la mejor manera posible”.

Profeco lo orienta

Si quiere recibir información acerca de las asociaciones de consumidores existentes en el país, llame a la Coordinación de Fomento de Asociaciones de **Profeco**, al 5090-6942, o contáctela en rreglac@profeco.gob.mx o asociaciones@profeco.gob.mx

Foto José Rodríguez

El Dr. Fernando Reséndiz García (izquierda), fundador de Inccide A.C., y Arturo Flores Cárdenas (derecha), responsable del área de Medio Ambiente de esta asociación.

"Por un consumo responsable y sustentable para México"

Esta es la frase emblemática de Inccide, porque, según expresa el Dr. Reséndiz, "tiene que ver con el aprovechamiento responsable de los recursos naturales mediante sistemas de conservación y producción que permitan su sustentabilidad, pues solamente así evitaremos que las próximas generaciones carezcan de ellos, por lo que el cuidado de los bosques y el agua resulta estratégico".

El titular de Inccide comenta: "Debemos aprender a racionar el agua, y al mismo tiempo, estar informados sobre la calidad del servicio público del agua que brindan los gobiernos o, en su caso, la iniciativa privada cuando existe una concesión, como ocurre en algunos municipios del país".

Medio ambiente y energéticos

Por su parte, Arturo Flores Cárdenas, responsable del área de Medio Ambiente en Inccide, comenta que han brindado capacitación a consumidores con el objetivo de fomentar la reutilización de los envases y otros materiales antes de tirarlos a la basura: "Nosotros orientamos a la gente con el fin de que en los edificios donde viven hagan acopio de materiales de desecho como aluminio, cartón y plástico, bajo la idea de que los reciclen, e incluso puedan obtener algún ingreso con ellos al venderlos, mismo que puede usarse para pagar servicios como la luz de las áreas comunes".

Con respecto a los energéticos, el doctor Reséndiz afirma que Inccide está proponiendo que el etanol (que se obtiene de la caña de azúcar) sustituya el MTBE, un aditivo que actualmente se usa en la gasolina para aumentar su octanaje, pues "existen investigaciones realizadas en Estados Unidos en el sentido de que el MTBE es cancerígeno y se almacena en los mantos freáticos; la ventaja del etanol es que no daña el medio ambiente y puede contribuir al desarrollo de la industria cañera de México, por lo que queremos que el Instituto Mexicano del petróleo y Pemex indaguen sobre el tema".

Conciencia es la respuesta

Fernando Reséndiz expone su punto de vista sobre el hecho de que las personas tomen la iniciativa en materia de consumo: "Profeco contribuye a la defensa de los derechos de los consumidores, sin embargo, tenemos el reto de promover grupos de consumidores organizados que persigan el mismo fin, asunto fundamental en un mercado en el que cada vez resulta más complejo tener control sobre los productos y la publicidad, por lo que en la medida en que los ciudadanos tengamos conciencia y organización, nuestra salud y economía saldrán beneficiadas".

Para hacer contacto con esta asociación, escriba a inccide@hotmail.com. La asociación también ofrece asesoría jurídica gratuita relacionada con asuntos de consumo en las entidades mencionadas.

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a **rconsumidor@profeco.gob.mx.** No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.

Cobros que echan chispas

Hace varios meses rentaba un local donde el personal de la Comisión Federal de Electricidad (CFE) hizo una lectura errónea del medidor de luz, por lo que me cobraron mucho más de lo que en realidad consumí.

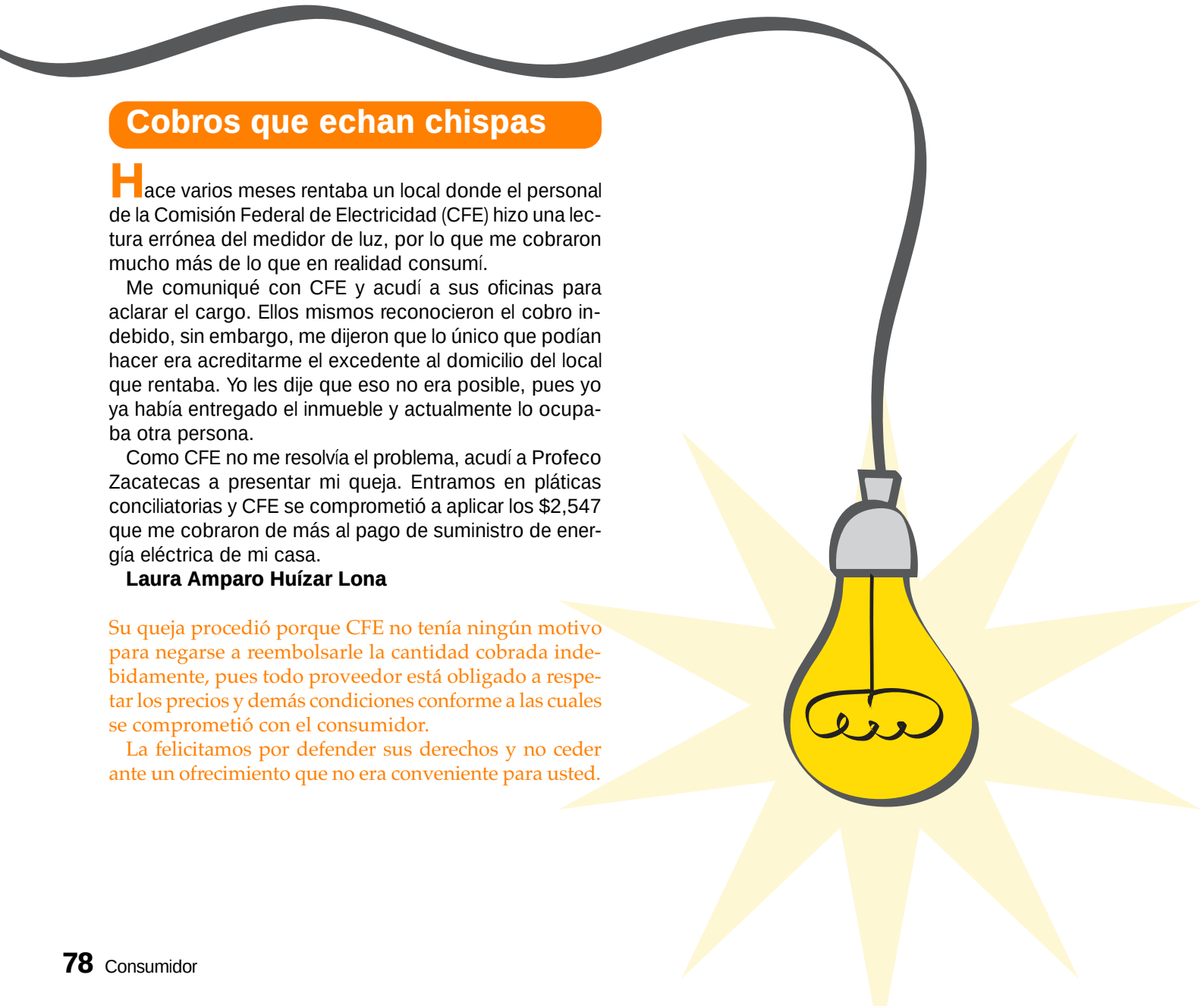
Me comuniqué con CFE y acudí a sus oficinas para aclarar el cargo. Ellos mismos reconocieron el cobro indebido, sin embargo, me dijeron que lo único que podían hacer era acreditarme el excedente al domicilio del local que rentaba. Yo les dije que eso no era posible, pues yo ya había entregado el inmueble y actualmente lo ocupaba otra persona.

Como CFE no me resolvía el problema, acudí a Profeco Zacatecas a presentar mi queja. Entramos en pláticas conciliatorias y CFE se comprometió a aplicar los $2,547 que me cobraron de más al pago de suministro de energía eléctrica de mi casa.

Laura Amparo Huízar Lona

Su queja procedió porque CFE no tenía ningún motivo para negarse a reembolsarle la cantidad cobrada indebidamente, pues todo proveedor está obligado a respetar los precios y demás condiciones conforme a las cuales se comprometió con el consumidor.

La felicitamos por defender sus derechos y no ceder ante un ofrecimiento que no era conveniente para usted.



Casa que enferma

Compré una casa en Morelia, Michoacán, con Inmobiliaria y Constructora Solórzano, S. A. de C. V. Desde que nos la entregaron, el inmueble ha tenido mucha humedad, al grado que los muebles se dañaron y en algunos casos quedaron inservibles; incluso sufrimos continuamente de enfermedades de la garganta y yo ya empecé a presentar problemas de artritis en una mano.

En repetidas ocasiones le manifesté esta situación a la empresa, la cual sólo me respondía que la casa no tenía ningún problema. Por eso decidí acudir a Profeco para presentar mi queja.

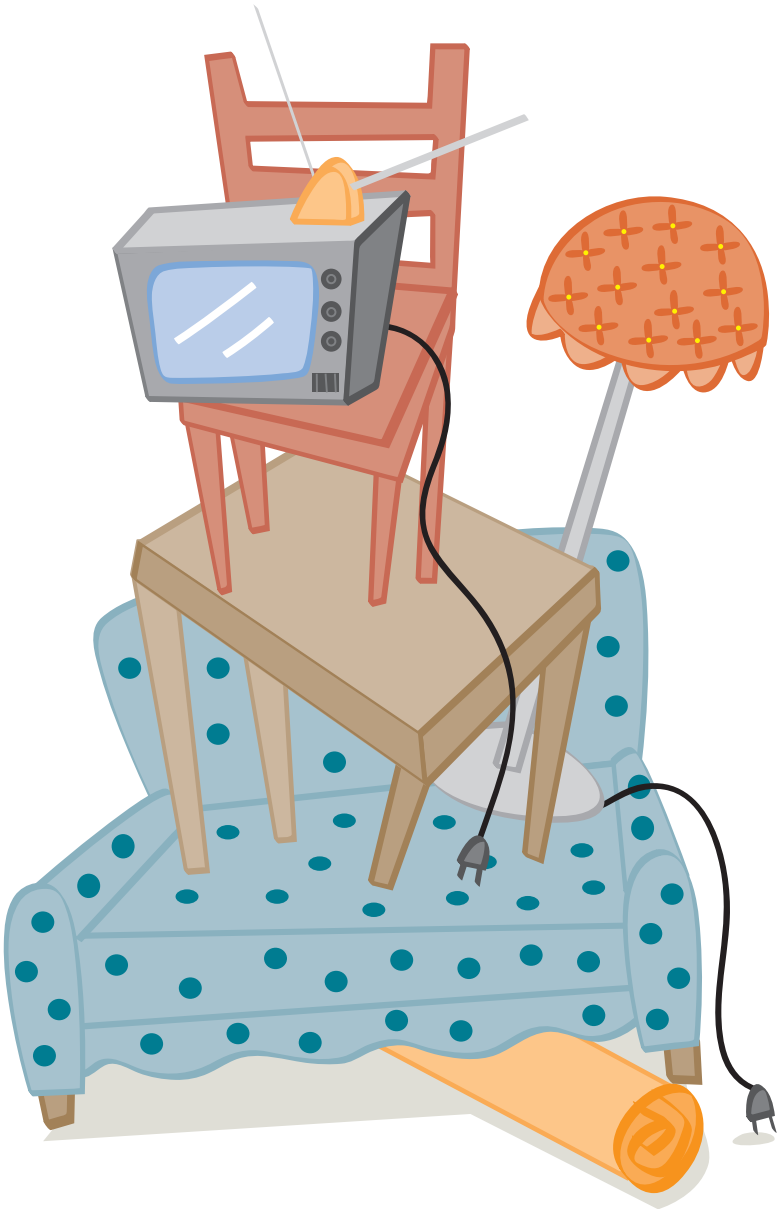
La empresa no fue a la primera audiencia, pero antes de que llegara la fecha programada para la segunda, realizó las reparaciones necesarias y me compensó con una prórroga para la garantía de mi casa.

Irene Pineda Villeda

Inmobiliaria y Constructora Solórzano estaba obligada a reparar los defectos de la casa que usted compró, hasta que estuviera completamente satisfecha con los arreglos.

Hizo muy bien en acudir a la delegación Profeco aun cuando efectuó su compra en 2003, pues el año para presentar reclamaciones corre a partir de la última fecha en la que el consumidor acredite haber requerido directamente al proveedor el cumplimiento de sus obligaciones.

Nos da mucho gusto que la empresa haya realizado las reparaciones y que la compensara con la extensión de la garantía. Esperamos que su salud mejore y no tenga más problemas de humedad en su casa.



A todos nuestros lectores:
Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La *Revista del Consumidor* no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones Profeco, Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.

En nuestro próximo número

De colores…

Foto Archivo

El televisor es uno de los aparato más apreciados por los mexicanos. Si anda pensando en renovar el suyo, no se pierda este estudio de calidad en el que nuestros expertos se desvelaron viendo horas enteras de programación para decirle cuáles son los mejores.

No todo es lo que parece

Foto Archivo

Los expertos de nuestro laboratorio analizaron minuciosamente el contenido de mortadelas y pasteles de pollo, y descubrieron, entre muchas otras cosas, que ninguna de las marcas cumple con el contenido mínimo de proteína que señala la norma.

¿En “abonos”?

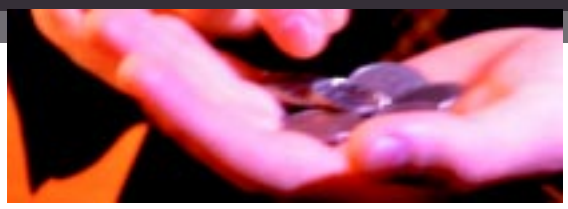


Foto Archivo

Tarjetas de crédito, departamentales, pagos en abonos… Las modalidades del crédito al consumo son varias, pero ¿cuál conviene más y para qué? En este artículo le diremos cuánto cuestan los distintos tipos de crédito, para que usted decida si le entra o no.

Cómo se divierten los niños

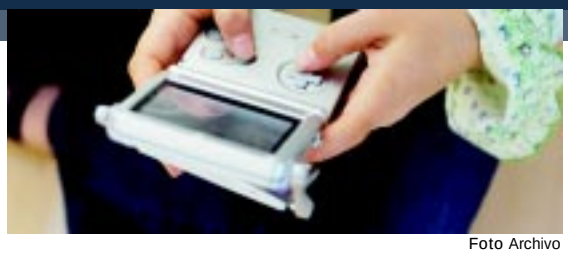


Foto Archivo

La función del juego en el desarrollo emocional e intelectual del niño es imprescindible, por eso es importante que conozcamos cómo se divierten y entretienen los infantes para darles la orientación necesaria. Conozca los resultados de nuestra encuesta y entérese de cuáles son los juegos y actividades más adecuadas para sus pequeños.

Chambas incluyentes

Foto Archivo

Varias organizaciones y asociaciones trabajan arduamente para lograr que personas con diferentes discapacidades se integren a la vida laboral. Sepa cuáles son las opciones y a quién puede acudir en caso de estar interesado.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en al teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981.
Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor.
Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 60,000 ejemplares.

Ojos que no ven... consumidor que no ahorra

TV Revista del Consumidor

El programa que nos enseña a consumir de manera inteligente

Todos los domingos a las 9:00 am por el Canal del Congreso

Busque todos nuestros horarios* en la cartelera que publica RTC en los princiales diarios.

Para estar siempre bien informado...
¡sintonice nuestro programa!

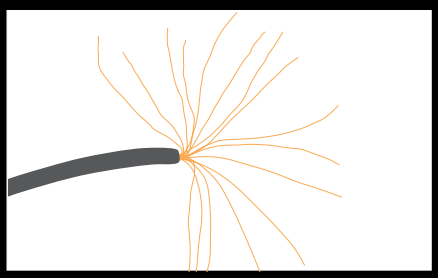
* Los horarios pueden variar sin previo aviso.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Alerta al consumidor

CUIDADO con los siguientes

productos y prácticas comerciales



Incendios en Navidad

Muchas de las series de luces para el árbol y adornos navideños luminosos que se venden en el mercado, tanto formal como informal, son un riesgo para su seguridad, pues pueden provocar un incendio.

Ataúdes usados y contaminados

Algunas agencias funerarias rentan o venden estos ataúdes, lo que además de un fraude, representa un grave riesgo para la salud de los deudos.

Falsos promotores de vivienda

Existen personas que se ostentan como servidores públicos de la Comisión Nacional de Fomento a la Vivienda (Conafovi) para hacer trámites a cambio de dinero.

Venta indebida de contraseñas de Yahoo y Hotmail por internet

¡Cuidado! Comprar contraseñas de direcciones ajenas de correo electrónico es una práctica fraudulenta, no se deje engañar.

Busque la información completa en la página 10

0 10722 58187 9 00345

Exhibir hasta el 30 de noviembre de 2005

Platillo Sabio Profeco

Manchamanteles

Ingredientes (6 raciones)

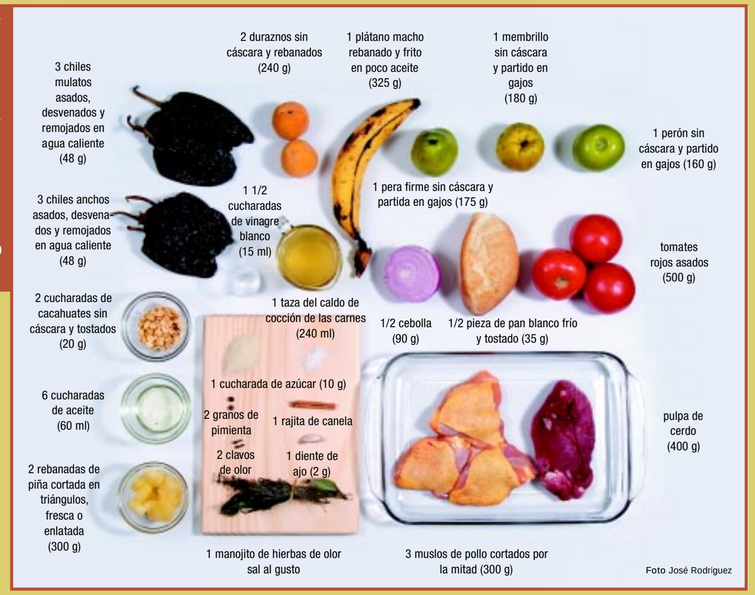


Foto José Rodríguez

Preparación

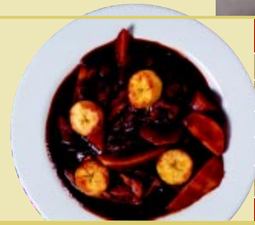
1 Por separado, cueza con sal y hierbas de olor la carne de cerdo y la de pollo. Cuele la carne y reserve el caldo. Corte la pulpa de cerdo en tiritas.

2 Licue los chiles con la cebolla, el ajo, los cacahuates, el pan tostado, las pimientas, los clavos, la canela y los tomates rojos; cuele la salsa y sofría en dos cucharadas de aceite caliente.

3 Agregue el caldo de ambas carnes hasta obtener una salsa ligera. Deje hervir a fuego bajo de 10 a 15 minutos.

4 Añada la carne de cerdo y la de pollo y la fruta (a excepción del plátano) y deje hervir cinco minutos más.

5 Al final, añada el azúcar y el vinagre. Salpimiente al gusto y deje hervir unos minutos más, hasta que las frutas estén cocidas y la salsa espesa. Sirva de inmediato y adorne con las rebanadas de plátano.



Aporte nutrimental por ración	
Kilocalorías	508
Proteínas	25 g
Grasa	25 g
Colesterol	74 mg
Fibra dietética	5 g

Fuente nutrióloga María Rosa Ochoa • *Diccionario Breve de Mejicanismos*, Guido Gómez Silva, FCE, México, 2004

Mancha-manteles, servilletas y...

Según el *Diccionario Breve de Mejicanismos*, el manchamanteles es "un guiso de pollo o de pavo con chile ancho, chile pasilla, jitomate, piña y plátano macho". Sin embargo, tiene variantes, como la selección de las frutas. Aunque el chile ancho es muy sabroso, también se añade a los guisos con el fin de darles un colorido muy intenso.

Foto http://www.botanicalinterests.com/Pepper_hot_mulato_sleno.html?retail=true

Un mulato en la cocina

El chile ancho se obtiene mediante la deshidratación del chile poblano. Conocido también como ají o pimienta de las Indias, el chile ancho pertenece a la familia de las solanáceas (oriundas del continente americano), y al género *Capsicum*. El chile ancho se clasifica en dos variedades, el chile ancho de color rojo oscuro y el chile ancho mulato de color oscuro casi negro.

Este tipo de chile se cosecha durante todo el año, principalmente en los estados de Aguascalientes, Coahuila, Durango, Guanajuato, Sinaloa y Zacatecas.

Ilustración Pipo

Aporte nutrimental

El chile ancho aporta 334 kcal por cada 100 g, aunque es importante considerar que su consumo rara vez supera una pieza, cuyo peso aproximado es de 20 gramos. El contenido proteico de una pieza de chile ancho es de 2.3 gramos; de los minerales destaca su aporte de calcio y hierro. En lo que se refiere a vitaminas, el chile mulato es, después del guajillo, el vegetal con mayor cantidad de vitamina A. También tiene un importante aporte de vitamina C y de algunas vitaminas del complejo B.

Cómo comprarlo y conservarlo

Al comprar chiles anchos revise que se encuentren **enteros**, con la **piel lustrosa**, limpia, totalmente **secos** y que no presenten señales de **ataque por insectos**. Para conservar los chiles secos es conveniente guardarlos en una **bolsa de papel** o **plástico** con **perforaciones** y mantenerlos en un lugar fresco y seco.

Membrillo

Este fruto de sabor muy ácido pertenece a la familia de las rosáceas *(Cydonia oblonga)*. Se dice que es originario de Asia Menor.
El membrillo tiene aroma muy penetrante, pulpa áspera y resistente. Dado su alto contenido de pectina y su fuerte sabor ácido, tradicionalmente el membrillo se utiliza en la preparación de confituras, como mermeladas, ate, almíbares y jaleas. Combina muy bien con manzanas, peras, fresas y frambuesas, y acompaña igualmente bien platillos con carnes y aves.

Foto http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tradicionales/membrillero.htm

Cómo comprarlo

Elija membrillos de consistencia firme, casi dura, con la cáscara de color verde-amarillo brillante (después de quitarle la pelusita que lo cubre); revise que no presenten manchas oscuras, golpes o partes blandas. Si están verdes se pueden dejar madurar unos cuantos días a temperatura ambiente. Una vez maduros pueden conservarse 2 o 3 días en el refrigerador.

Membrillo con fibra

Entre sus propiedades nutrimentales, el membrillo proporciona **potasio**, así como cantidades importantes de **fibra**, necesaria para el correcto funcionamiento del aparato digestivo, ya que evita el **estreñimiento**. Cada 100 g de fruto comestible aportan **57 kcal**.

Foto de archivo

Lápiz para labios resecos

Fotos José Rodríguez

Ingredientes

*Se consiguen en farmacias grandes o droguerías.

Utensilios

Recomendaciones

- **Al derretir los ingredientes en baño maría le recomendamos utilizar agarraderas, puesto que la mezcla alcanza una temperatura muy alta al calentarse.**
- **Guarde los ingredientes sobrantes en sus envases, cuidando que estén etiquetados con el nombre del producto. Consérvelos bien tapados en un lugar limpio y seco, fuera del alcance de los niños.**
- **Antes de volver a usarlos, lave muy bien los utensilios empleados con agua tibia y abundante jabón.**

Rendimiento
1 pieza de 25 g

Tiempo de preparación
45 minutos

Caducidad
El lápiz labial elaborado mediante esta tecnología tiene una duración aproximada de un año.

Procedimiento

1

En el tazón se vierten la parafina, la cera de carnauba o cera de abeja y la manteca vegetal y se ponen a calentar a baño maría hasta que se derritan.

2

Se mezcla todo muy bien con ayuda de la cuchara para después incorporar el aceite de almendras, revolviendo constantemente durante diez minutos.

3

Finalmente, la mezcla se retira de la estufa y se deja enfriar un minuto a temperatura ambiente.

Malos ojos

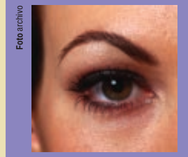


Foto archivo

En España, en los tiempos de Cervantes (1547-1616) se veía "con malos ojos" a las mujeres que se pintaban los labios. Se decía que esa costumbre de engañar y falsear la apariencia femenina era perjudicial: "Les come el lustre de la cara, causa arrugas en ella, destruye los dientes y engendra un mal olor de boca. Es una mentira muy conocida y refleja una hipocresía mal disimulada".

Reina de Egipto y de la belleza

Foto http://www.sesipyramid.net/pictures/pics1.htm

Cleopatra no dudó en utilizar su encanto femenino para conquistar el corazón del general romano Julio César, con quien vivió un tórrido romance; lo mismo hizo con Marco Antonio, su amante esposo. Segura de su belleza, Cleopatra tenía infinidad de remedios para conservarla y enaltecerla, como preparados de leche de gacela o de grasa de cocodrilo para la resequedad de la piel provocada por las desérticas tierras egipcias.

Beneficio

Al elaborar usted el lápiz para labios resecos podrá obtener **un ahorro hasta del 60%** en relación con el producto comercial.

Labios humectados

En época de frío la piel tiende a resecarse, sobre todo la del rostro y las manos porque está más expuesta. Este lápiz cubre los labios con una capa muy ligera de grasa, lo que evita que el agua de la piel se evapore.

Usted puede aplicar este lápiz labial cuantas veces sea necesario, e incluso usarlo antes de pintarse los labios.

Foto http://members.optusnet.com.au/ahrozenm

Envasado y conservación

1

Con ayuda del embudo se vierte la mezcla en un recipiente de lápiz labial vacío y limpio=.

2

Se deja enfriar a temperatura ambiente hasta que endurezca la mezcla (aproximadamente una hora) y enseguida se le pone la tapa.

Para que el lápiz labial no se derrita consérvese en un lugar fresco y seco.

Fuentes Ingeniera en alimentos Claudia Islas García, Dirección General de Educación para el Consumo, Profeco • **Validación** Maestro en Ciencias Miguel Angel Meza Vudoyara • *La historia de las cosas*, Pancracio Celdrán, Ediciones Del Prado, España, 1995.